

# Hva påvirker folks tillit til boligmeglerne?

## En studie av kjøpere og selgeres tillit til meglerbransjen og meglerforetakene

Av

Nils Olav Mevatne

Til graden

Candidata Rerum Politicarum



Sosiologisk Institutt  
Universitetet i Bergen  
Våren 2004

<b>1. INNLEDNING</b>	<b>4</b>
<b>1.1. PROBLEMSTILLING</b>	<b>5</b>
<b>1.2. TIDLIGERE STUDIER</b>	<b>5</b>
<b>1.3. ET HETEROGENT MARKED</b>	<b>7</b>
<b>1.4. BAKGRUNN, HISTORIKK OG RAMMEVERK</b>	<b>8</b>
1.4.1. EN UNG PROFESJON	9
1.4.2. TØFFERE KONKURRANSE	9
1.4.3. BRANSJEETISKE RETNINGSLINJER	11
1.4.4. LOVVERKET	12
1.4.5. BRANSJEORGANISASJONENE OG STATLIGE ORGAN	14
<b>1.5. EN OVERSIKT OVER DE RELEVANTE MEGLERHUSENE</b>	<b>15</b>
<b>2. TEORI</b>	<b>17</b>
<b>2.1. TILLIT OG TILLITSVERDIGHET</b>	<b>17</b>
2.1.1. EKSTERN MOTIVASJON FOR TILLITSVERDIGHET	18
2.1.2. ERFARINGSBASERT TILLIT	19
<b>2.2. MISTILLIT</b>	<b>20</b>
2.2.1. OPPORTUNISME	21
2.2.2. INSTITUSJONELLE SIKKERHETSNETT	24
<b>2.3. SOSIALE NETTVERK</b>	<b>26</b>
<b>2.4. SPESIFISERTE PROBLEMSTILLINGER</b>	<b>28</b>
<b>3. FORSKNINGSDESIGN- METODE:</b>	<b>31</b>
<b>3.1. INTERVJUENE</b>	<b>32</b>
<b>3.2. KVANTITATIV METODE</b>	<b>33</b>
3.2.1. VALIDITET OG RELIABILITET	34
<b>3.3. KVALITATIV METODE</b>	<b>35</b>
3.3.1. MIN FREMGANGSMÅTE	35
3.3.2. MIN OPPLEVELSE AV INTERVJUSITUASJONEN	38
<b>3.4. SEKUNDÆRE KILDER. AVISARTIKLER, INTERNETTSIDER, INTERNE SKRIV OG DOKUMENTKILDER.</b>	<b>40</b>
<b>3.5. ANALYSEMETODE</b>	<b>40</b>
<b>4. ANALYSE</b>	<b>42</b>

<b>4.1. RISIKO VED BOLIGOMSETNING OG BEHOVET FOR TILLITSVERDIGE MEGLERE</b>	<b>43</b>
4.1.1. MEGLERINSTITUSJONENS FUNKSJON	44
4.1.2. MEGLERS BETYDNING FOR PRIS	48
4.1.3. ET UTVALG AV OPPNÅDDE PRISER	49
<b>4.2. INSTITUSJONER OG KONVENSJONERS POTENSIELLE EFFEKT PÅ MEGLERS PRAKSIS OG KLIENTENES TILLIT</b>	<b>51</b>
4.2.1. LOVVERKETS DETALJDYBDE	52
4.2.2. MEGLERS ROLLE	54
4.2.3. ANDRE RESSURSPERSONER. HVEM BØR EN LYTTE TIL?	55
4.2.4. SELGERREPRESENTASJON ELLER KJØPERREPRESENTASJON?	57
4.2.5. AUKSJONSSYSTEMER FOR EIENDOMMER	61
4.2.6. BELØNNINGSSYSTEMER FOR MEGLERE	64
4.2.7. MEGLERHUSENES SALGSSTRATEGIER OVERFOR BOLIGSELGERNE	67
4.2.8. MEGLERHUSENES ORGANISATORISKE TILKNYTNING	72
4.2.9. ET YRKESETISK GENERASJONSSKILLE?	73
4.2.10. ETABLERING OG ETTERLEVELSE AV ETISKE STANDARDER	75
<b>4.3. INFORMASJONSPREDNING OG TILLITSDANNELSE</b>	<b>78</b>
4.3.1. INFORMASJONEN OG ERFARINGENES BETYDNING FOR TILLITSDANNELSE	78
4.3.2. REKLAME	79
4.3.3. MEGLERHUSENES BRUK AV STATISTIKK I MEDIA	82
4.3.4. REAKSJONER FRA FORBRUKERRÅDET OG BRANSJEN	87
4.3.5. REKLAME OG TILLITSDANNELSE	88
4.3.6. MEDIEOMTALEN	89
4.3.7. SOSIALE NETTVERK OG RELASJONELLE BÅND	91
4.3.8. VISNINGEN SOM EN NETTVERKSDANNENDE ARENA	92
<b>4.4. INDIKASJONER PÅ MISTILLIT</b>	<b>94</b>
4.4.1. TILLIT TIL BRANSJEN	94
4.4.2. BRUKERNES SYN PÅ MEGLERFORETAK OG BRANSJEN	96
4.4.3. ET UTVALG AV INDIKATORER FRA SPØRREUNDERSØKELSEN	99
4.4.4. ER OPINIONENS TILLIT SVEKKET?	101
4.4.5. MARKEDSANDELER FOR STOR-BERGEN OG NOTAR	103
4.4.6. MEGLERS STATUS I DE ULIKE SYSTEMENE. NOEN LIKHETSTREKK.	105
<b>5. OPPSUMMERING OG DRØFTING</b>	<b>106</b>
<b>5.1. OPPSUMMERING</b>	<b>106</b>
<b>5.2. DRØFTING</b>	<b>109</b>
5.2.1. MEGLERBRANSJENS SERIØSITET OG DET NORSKE TILLITSNIVÅET	109
5.2.2. TRENGS DET ET BEDRE FUNGERENDE BOLIGMARKED?	111

**6. LITTERATURLISTE 114**

---

**7. APPENDIKS 118**

---

**7.1. SPØRRESKJEMA 118**

**7.2. TALLGRUNNLAG – STOR-BERGEN BOLIGBYGGELAG 120**

**7.3. INTERVJUGUIDE 123**

Figur- og Tabelloversikt:

Figur 1. "En sammenligning av oppnådde priser (Stor-Bergen Boligbyggelag)....	s 50
Figur 2. "En sammenligning av oppnådde priser (Vestbo).....	s 51
Figur 3. "Reklameannonse".....	s 83
Figur 4. "Bergen Tidendes omtale av Notar" .....	s 89
Figur 5. "Bergen Tidendes omtale av WEB" .....	s 90
Tabell 1. "Yrkesetikk".....	s 74
Tabell 2. "Tillit i et utvalg av lokale meglerhus".....	s 97
Tabell 3. "Sammenligning av gjennomsnittene" (DNB/Notar).....	s 97
Tabell 4. "Gjennomsnittskarakter for Notar, DNB, EM1 og WEB".....	s 98
Tabell 5. "Meglerbransjens seriøsitet".....	s 99
Tabell 6. "Tilfredshet med tjenesten" .....	s 100

Forkortninger:

- DE: Dansk Ejendomsmæglerforening
- EFF: Eiendomsmeglerforetakenes forening
- NEF: Norsk Eiendomsmeglerforbund

## **Forord**

Jeg vil først og fremst benytte anledningen til å takke alle de som har bidratt til oppgaven. Dette gjelder min hovedveileder, Odd Gåsdal, førsteamanuensis på Sosiologisk institutt ved Universitetet i Bergen. Dernest vil jeg takke sosiologene Tone Mari Dahle og Ivar Lima for korrekturlesning og struktureringsforslag i løpet av arbeidet med oppgaven. Mine foreldre og Statens rause Lånkasse skal heller ikke glemmes. Begge partene bidro til å sikre min tilværelse som student, selv om hovedfaget strengt tatt tok noe lengre tid enn beregnet. Sist men ikke minst vil jeg rette en takk til Norges Eiendomsmeglerforbund, administrative ledere hos meglere i Bergen, samt alle andre respondenter for å velvillig stille opp og bistå som ressurser til feltet. Absolutt alle som ble forespurt, takket ja til å la seg intervju, noe som gav en god tilgang på kompetanse og var svært motiverende i mitt møte med feltet.

## **1. Innledning**

Tema for oppgaven er *tillitsdannelse innenfor boligmarkedet, og i så henseende meglerinstitusjonens betydning.*

Min egen erfaring er en viktig årsak til at jeg valgte å skrive om boligmegling. Da jeg selv for en tid tilbake skulle selge en leilighet, stod jeg ovenfor en rekke vanskelige vurderinger. Selv om jeg greide å gjennomføre salget på egen hånd, gikk jeg igjennom en risikovurdering. Mitt sosiale nettverk utøvet også en innflytelse over beslutningen ettersom en arbeidskollega på grunnlag av egne erfaringer anbefalte meg å selge på egen hånd. I løpet av de senere år har også media gjenfortalt en del historier der fortrinnsvis misfornøyde kjøpere gir uttrykk for sine erfaringer med meglere. Generelt har medias omtale av meglerbransjen vært kritisk. På den ene siden er meglertjenesten forholdsvis kostbar og folk flest har gjerne delvis kritiske holdninger til boligmeglerne. På den andre siden er det forholdsvis få som selger på egen hånd. Ettersom tjenesten er forholdsvis høyt priset og mange kan synes å ha en kritisk holdning til bransjen, skulle man kanskje anta at flere ville oppleve dette som et insentiv til å selge på egen hånd. Det er svært få som selger selv og denne oppgaven tar blant annet for seg hvor viktig rolle institusjonaliseringen av meglertjenesten spiller for dagens boligmarked.

## 1.1. Problemstilling

*Jeg vil i oppgaven vurdere hva som er med på å påvirke utviklingen av tillit og mistillit i forbindelse med eiendomsmegling.* I tilknytning til dette utgangspunktet, er det relevant å vurdere sider ved den sedvane og praksis som boligmegling representerer, samt de institusjonelle forholdene som har innflytelse på boligmarkedet. Et formål med oppgaven vil være å komme med forslag til hva som kan gjøres for å sikre at de ulike interessene til de involverte aktørene bedre kan ivaretas innenfor et klarere definert rammeverk enn hva som er tilfellet i dagens situasjon.

## 1.2. Tidligere studier

Jeg vil her presentere tre norske studier som kaster lys over det empiriske materialet jeg har behandlet. Samtidig som de gir ett visst innblikk i bransjens aktuelle problematikker, gir den eldste av dem en beskrivelse av et boligmarked som i dag nok kan virke temmelig uvirkelig for dem som ikke selv opplevde de ”tidligere tidene”. Nyrekruttering til en bransje i sterk vekst i kombinasjonen med en forholdsvis lav gjennomsnittsalder blant dagens meglere, gjør at mange ikke kjenner boligmarkedets historiske utvikling. Dette mener jeg kan hindre en i å forestille seg hvorvidt meglerpraksis og forholdene generelt kunne eller burde vært annerledes. Et historisk perspektiv kan dermed gi oss en sterkere bakgrunn til å vurdere særegenhetene ved dagens praksis. Jeg tar for meg de tre studiene hver for seg. Jeg undersøker først å se på det historiske aspektet igjennom en beskrivelse av de tidligere forholdene på boligmarkedet. Deretter vender jeg blikket mot en mer samtidsaktuell problematikk som belyses gjennom to studier utført i tilknytning til Bedriftsøkonomiske Institutt (BI). Det er BI som i dag står ansvarlig for utdanningen av eiendomsmeglere, mens Norges Eiendomsmeglerforbund tidligere selv stod for denne utdanningen.

Lars Gulbrandsen ved NOVA kom i en studie foretatt på 70-tallet frem til at det på den tiden eksisterte et vesentlig ”under-bordet-marked” hvor det var en veletablert sedvane å bestikke selger ved boligkjøp<sup>1</sup>. Utover dette var informasjonsflyten svært begrenset sammenlignet med dagens situasjon: ”Vår 1972-undersøkelse viste at halvparten av de nylig giftede ikke hadde sett på noen annen bolig enn den de bodde i, og bare 10 % hadde sett på mer enn 2 andre alternativ” (Gulbrandsen, 1973: 483). 70-tallets markedssituasjon fremstår her som radikalt forskjellig

---

<sup>1</sup> NOVA: Norsk Institutt for forskning om oppvekst velferd og aldring.

fra hva vi i dag tar for gitt når vi leser igjennom boligbilaget i en avis. Betydningen av bransjens unge karakter poengteres i en nyere artikkel som Gulbrandsen presenterte i medlemsbladet for statsautoriserte meglere: ”Det er lett å glemme at dagens boligmarked har en kort historie. Går vi bare en mannsalder tilbake, finner vi et boligmarked helt forskjellig fra dagens” (Gulbrandsen i Eiendomsmegleren nr.9 2001:7). Kaster vi på et blikk på dagens omfattende markedsføringsmetoder, fremstår det som nærmest utenkelig å ikke benytte seg av en aktiv annonsering. Som lesestoff er boligannonse blitt yndede objekter, og de kan til og med leses som et rent tidsfordriv. BT sitt boligbilag, ”Hus og Hjem”, er svært populær og blant avisens mest leste deler<sup>2</sup>. Løssalget av avisen er betraktelig høyere på fredagene enn ellers i uken, noe som i stor grad skyldes den sterke interessen for boligmarkedet. For flere aviser har boligbilagene blitt en sentral inntektskilde. Prangende fargebilder av boliger står i en sterk motsetning til 70- og 80 tallets enkle rubrikkannonser, hvor visning måtte avtales, og det hele var vesentlig mer tungvint enn i dag. Dette mener jeg forteller oss at boligmarkedet har utviklet seg til en form for hverdagsforlystelse hvor vi kan kikke inn i naboens bolig når den er for salg, enten ved å delta på visning, eller ved å finne salgsprospektet på meglerens internettside.

I tilknytning til forskning ved BI er det to studier jeg ønsker å trekke frem. I undersøkelsen med tittelen *Image, tilfredshet og lojalitet i eiendomsmeglerbransjen* (Gripsrud og Lindestad, 1998) understrekes det at datamaterialet som ble samlet inn i forbindelse med undersøkelsen ikke indikerer at selger i særlig grad har noen bevisste kriterier å velge megler ut fra<sup>3</sup>. Megler velges gjerne ut i fra tilfeldige tips og råd man mottar fra sin omgangskrets. Det faktum at selger svært få ganger i livet selger sin egen bolig påvirker i stor grad forholdet til megler: ”Variabelen ”relasjon” har liten effekt i meglernæringen. Dette kan henge sammen med at boligselgere er opptatt av å få gjennomført en transaksjon, og at de ikke er interessert i å bygge opp noen langsiktig relasjon med mekleren” (Gripsrud og Lindestad, 1998:19). Gripsrud og Lindestad gjør funn som underbygger at lojaliteten til eiendomsmeglerbransjen er forholdsvis lav sammenlignet med andre bransjer. I studien fremkommer det også at kundetilfredsheten til bransjen er forholdsvis lav sammenlignet med andre bransjer: ”Noe av forklaringen på den lave lojaliteten kan være at selgerne ikke finner noen grunn til å prioritere en bestemt megler framfor andre. Tjenesten betraktes kanskje som et ”nødvendig onde”, og hvem man bruker er tilnærmet likegyldig sett fra boligselgerens side” (Gripsrud og Lindestad,

---

<sup>2</sup> Jeg fikk opplyst dette fra markedsavdelingen i Bergens Tidende.

<sup>3</sup> Datainnsamlingen til undersøkelsen ble gjennomført høsten 1997 og foretatt av Norsk Kundebarometer. Telefonintervju med 327 selgere av bolig som benyttet seg av eiendomsmegler.

1998:20). For kjøpere av bolig er det også rimelig å anta at lojaliteten ikke vil være særlig høy. Dette fordi man vil lete etter den boligen en ønsker, og dermed blir det sekundært hvilken megler som står for salget. Studien konkluderer med at de fleste er fornøyde med den tjenesten megler har ytt dem, men synes tjenesten er kostbar i forhold til hva man får igjen (Gripsrud og Lindestad, 1998). Jeg vil komme tilbake til det siste poenget i analysen ettersom tilsvarende funn ble gjort i min spørreundersøkelse.

En artikkel med tittelen *Real-Estate Agent Ethics* (Brinkmann, 2000) tar utgangspunkt i to empiriske studier blant eiendomsmeglere og eiendomsmeglerstudenter i Norge, og retter oppmerksomheten mot meglers balansegang mellom det å ivareta både egne, kjøpers og selgers interesser. Studien konkluderer med at boligmegling anses for å være en *verdifri* sfære. Dette understreker behovet for å bevisstgjøre meglere moralsk og etisk med hensyn til konflikthåndtering, samt for å opparbeide seg gode evner til å løse vanskelige og motsetningsfylte situasjoner. Formålet er at man greier å se sine egne moralske forpliktelser (Brinkmann, 2000).

### **1.3. Et heterogent marked**

Knappt noe en kan verdisette har et så mangfoldig spekter av egenskaper som en bolig. Dette gjelder både beliggenhet og kvalitet. En studie fra USA poengterer at: "Real Estate is a local market... It is not possible to focus on national trends; one must focus on local issues and characteristics" (Zell, 1986:1). Lokal kjennskap og skjønn, er i tillegg til markedssituasjonen, vesentlige bidragsyttere til hva som oppfattes som "riktig pris". Mens enkelte områder kan stige sterkt i pris, har andre en betraktelig svakere utvikling. Ser vi på prisutviklingen i Bergen har den i løpet av de senere årene steget til dels kraftig, mens boligmarkedet i Oslo har hatt en langt mer moderat utvikling.

I en svensk studie av boligpriser understreker Englund boligmarkedets heterogenitet og generelle betydning:

"Housing... is a conspicuous example of a non-standard and seldom-traded good, and whose aggregated price movements are of great practical interest to policy makers and consumers as well as to academics" (Englund, 1998:172).

Her underbygges betydningen av feltet så vel forbrukermessig som akademisk. Særlig er det sentralt å vektlegge dette *ustandardiserte* aspektet ved bolighandel, samt hvor sjelden en



bolighandel foretas av folk flest. Dette forsterker behovet for kompetanse som kan bistå kjøper og selger på de kritiske punktene i sine søkefaser. Ved å benytte seg av meglers nettverk, tjenester og kunnskap forventer man en tidsbesparende effekt. Kjøperen opplever gjerne å redusere sin usikkerhet og risiko ved å bruke bransjen som en ressurs i denne komplekse søkeprosessen.

#### **1.4. Bakgrunn, historikk og rammeverk**

Jeg vil i de følgende avsnittene ta for meg noen av de historiske utviklingstrekkene innen meglerbransjen, samt gi en kort beskrivelse av dagens forhold, for deretter å belyse noen av de etiske og juridiske retningslinjene som regulerer bransjen. Jeg tar deretter for meg hvilke bransjeorganisasjoner og statlige organ som har innflytelse på dette feltet, for til slutt å gi en oversikt over de relevante meglerhusene.

I løpet av de senere tiår har det skjedd store endringer i norsk boligpolitikk og på boligmarkedet. Kontrastene er store mellom Gerhardsens storstilte boligbygging i etterkrigstiden, Sveriges "folkehemmet" og situasjonen i dag. Liberaliseringen som tiltok i løpet av 1980-årene og den generelle avreguleringen har påvirket livet og valgene til svært mange mennesker. Dette fordi de aller fleste, direkte eller indirekte, vil bli influert av, og som en livsbetingelse må forholde seg til den rådende situasjonen i det boligmarkedet som konfronterer dem. Mens bolig tradisjonelt sett har representert en forholdsvis stabil livsbetingelse, har den økte kommunikasjonen og større migrasjon på arbeidsmarkedet medført et høyere tempo i bytte av bopel. Relativt hyppige forflytninger er i økende grad blitt en sosial realitet i manges liv. Samtidig har både sentralisering og urbanisering generelt frembrakt et gradvis økende press på allerede tett bebodde byområder. Trendanalytiker Gunn H. Øye understreker dette poenget i følgende sitat: "...med det store presset på de store byene som i Oslo, Trondheim og Stavanger. Det ser vi i hele Europa, det er der jobbene er... så enkelt!" (intervju, 22.02.02). Som en konsekvens av økt press på et knapt gode og arbeidsmarkedets endrede struktur, har prisene på bolig i sentrale strøk steget sterkt i løpet av de siste ti årene. I takt med den generelle sentraliserings- og urbaniseringstrenden, har boligmarkedet fått en ny form og praksis.

### 1.4.1. En ung profesjon

Meglerstanden er en profesjon som yter et tilbud innenfor et svært ungt marked. Det var kun det dyrere spekteret av boliger som tidligere involverte bruken av meglere. 80-tallets avregulering av boligmarkedet medførte en økt bruk av meglere. Dette kommer frem i intervjuet med Høyland i OBOS:

”De [meglerne] solgte selveierboliger og beveget seg i de høyere prisklassene. Og så skjedde jo det at man gikk inn og begynte å selge aksje- og andelsleiligheter. For den seriøse megler den gang [70-tallet] sa jo ”nei takk” til å selge aksje- og andelsleiligheter, for der var det penger under bordet og trekantbytter. Det er klart at når det ble fritt... har dermed også praksis blitt veldig annerledes” (31.01.02).

Spørsmål som reiser seg i denne sammenheng er i hvilken grad eiendomsmeglere fremstår som *tillitsvekkende og nødvendige* av de fleste boligselgerne i dag. Det er ikke lenger mange som selger eller kjøper bolig uten å benytte seg av de tjenestene meglere tilbyr. Det kan synes som megleren i stor grad inngår som en selvfølge i det sosiale systemet som konstituerer boligmarkedet, til tross for yrkets unge alder og historiske fundament i Norge. Boligmeglerne omsetter i dag boliger i alle priskategorier og majoriteten av private bolighandler kanaliseres gjennom meglere. Meglertjenestene har som nevnt ovenfor i økende utstrekning i løpet av de siste tiårene blitt institusjonalisert i forbindelse med omsetning av bolig. Spørreundersøkelsen jeg gjennomførte avdekte riktig nok at det er en del skepsis blant respondentene til meglerbransjen. Det tilhører likevel unntakene at selger selv står for salget. Dette mener jeg er uttrykk for en tvetydighet. Det kan virke slik at en opplever det som en ekstra trygghet å bruke en megler selv om dette er forholdsvis kostbart og til tross for at en del stiller seg kritisk til bransjen. Denne ambivalensen blant boligselgerne i sin vurdering av meglertjenesten, karakteriserer Gripsrud og Lindestad (1998) som ”et nødvendig onde”.

### 1.4.2. Tøffere konkurranse

I løpet av de senere år har det i en viss utstrekning oppstått en overetablering av meglere, og konkurransen om å skaffe nye kunder er hardnet til. I løpet av første halvår 2002 økte antallet formidlinger og provisjonsinntekter, samtidig som det var en klar økning i antall konkurser<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Pressemelding nr.29/2002 fra Kredittilsynet.

Meglerhusene satser store midler på markedsføring for å synliggjøre sine tjenester. De meglerhusene som greier å holde en høy medieprofil igjennom aktiv markedsføring har også greid å øke og sikre sine markedsandeler på bekostning av de som ikke har hatt en like aktiv satsing. Som en ung bransje bærer meglerbransjen også preg av at en del av dem som har blitt rekruttert som meglere ofte er unge menn med begrenset erfaring. Dermed blir de nyansatte i stor grad prisgitt den opplæringen og oppfølgingen de får i det enkelte meglerhuset. Det har videre vært en markant økning i antallet boliger som omsettes gjennom meglerforetak med statsautorisert megler som faglig leder. Mens antallet i følge Kredittilsynet i 1993 var på 28 203, ble det i løpet av 2001 omsatt hele 76 563 boliger igjennom meglerforetak med statsautorisert megler som faglig leder. Den totale omsetningen av boliger gjennom megler, advokat eller boligbyggelag, var for 2001 på 99 873, mot 37 074 i 1993<sup>5</sup>. Antallet boliger som formidles gjennom boligmegler har dermed økt kraftig, og i takt med dette har det fulgt et behov for å rekruttere nye meglere. Selv om meglerne omsetter mer boliger enn noen gang er også konkurransen innad bransjen betydelig økt ved at det er etablert nye meglerkontor i en større grad enn hva det var behov for.

#### *Intern kontroll - viktigere ved økt konkurranse?*

Kanskje er det større sannsynlighet for at enkelte meglere fristes eller føler seg presset til å bryte lovene og "kutte i svingene" dersom konkurransevilkårene stadig blir hardere. En annen og trolig mer relevant problematikk er hvordan høyt arbeidstempo kan komme i konflikt med enkeltmeglernes etterutdanning. I takt med et endret lovverk er det viktig å få oppdatert sin kunnskap. Det er i løpet av de senere år rettet økt oppmerksomhet mot en manglende konkretisering av faglig leders ansvar og oppgaver i et meglerhus. Faglig leder er den personen som er ansvarlig for å sikre at enkeltmeglernes følger de juridiske spillereglene som ligger til grunn for omsetning av bolig. Lovverket (se 1.4.4) krever at det skal være en faglig leder i foretaket, uten å tilstrekkelig spesifisere *hva* som er faglig leders oppgaver. En manglende konkretisering av det juridiske rammeverk for omsetning av bolig, samt rekruttering av unge meglere inn i et yrke hvor det er vanlig med et svært høyt arbeidstempo, kan ha betydelig innvirkning på både kjøpers og selgers erfaringer i boligmarkedet, samtidig som det er rimelig å anta det har vært av betydning for den negative medieomtalen bransjen har mottatt. Både myndighetene og bransjen arbeider med å konkretisere faglig leders oppgave og gi klarere rammer til praktisering av boligmegling. Nye forskrifter ventes å være gjeldende innen utgangen av våren 2004. Jeg mener vi også kan se slike tiltak som en måte å

---

<sup>5</sup> Tallet for 1993 inkluderer boligbyggelagenes meglere i motsetning til tallet fra 2001.

møte noen av de konsekvensene den økte konkurransen har medført ved å unngå at meglere strekker seg uansvarlig langt for å få et oppdrag i konkurranse med flere andre.

### 1.4.3. Bransjeetiske retningslinjer

Norges Eiendomsmeglerforbund har et sett med etiske retningslinjer som er gjeldende for sine medlemmer. Dette omhandler å opptre i samsvar med god meglerskikk slik de etiske reglene beskriver:

”§ 1 Generelt: Medlemmer i Norges Eiendomsmeglerforbund skal i sin virksomhet opptre korrekt, hederlig og i samsvar med god meglerskikk. God meglerskikk er å utføre megleroppdrag i overensstemmelse med den oppfatning av etiske og faglige prinsipper som til enhver tid er alminnelig anerkjent og praktisert av dyktige og ansvarsbevisste utøvere av yrket” (NEF sin nettside, 19.09 2003).

De etiske reglene er forholdsvis omfattende, men det er verdt å nevne at de også tar for seg konkrete situasjoner som berører hvordan megleren skal utøve sin praksis. § 6 tar for seg meglers rolle i forbindelse med rådgivning: ”Medlemmene skal ikke gi råd og anbefalinger om forhold eller på områder som de ikke behersker. Hvis vedkommende ikke er sakkyndig innenfor et fagområde, bør han ikke uttale seg, men henvise til spesialister” (NEF sin nettside, 19.09 2003). De profesjonelle ekspertene er viktige som informasjonsleverandører. En takstmann skal i kraft av sin formelle kompetanse avdekke vesentlige tekniske mangler og gi en rimelig verdivurdering. Forsikringsselskapene tilbyr eierskifteforsikring som kan lette selger for byrden ved eventuelle vesentlige mangler som oppdages i ettertid. Megler kan anbefale selger å vurdere en eierskifteforsikring, noe som er særskilt aktuelt ved salg av eldre selveierboliger. Innenfor rammene av oppgaven er det ikke anledning til å ta for seg ekspertene i nevneverdig grad, selv om de vil ha sin innflytelse på tillitsdannelsen i markedet. Taksten blir dermed behandlet i lys av at den både kan styrke og svekke tilliten til megler.

De etiske reglene klargjør meglernes rolle, samtidig som de trekker opp grenselinjer for hvilken legitim kompetanse en megler kan opptre med ovenfor kunder. Dersom noen opplever regelbrudd kan det klages inn for *Klagenemnda for eiendomsmeglingstjenester*, den bransjeinterne instansen som vurderer hvorvidt meglere tilknyttet Norges Eiendomsmeglerforbund har handlet i strid med de etiske reglene og lovverket.

#### 1.4.4. Lovverket

Det er først og fremst to lover som regulerer eiendomsmegling og salg av fast eiendom. Dette er *Lov om eiendomsmegling (eiendomsmeglingsloven)* og *Lov om avhending av fast eiendom (avhendingsloven)*. Eiendomsmeglerloven omhandler meglers plikter ovenfor kjøper og selger, samt konkretiserer hvem som har tillatelse til å drive med eiendomsmegling og hvilken skriftlig informasjon kjøper skal motta før handelen sluttes. For å kunne gi kjøper tilstrekkelig informasjon skal megleren i samarbeid med selgeren undersøke boligen slik at vesentlige opplysninger angående boligens tilstand kommer frem. Som vi tidligere har vært inne på, forplikter NEF sine etiske regler deres medlemmer til å innehente spisskompetanse dersom en bolig er for krevende å vurdere i forhold til meglers kompetanse. Dette gjøres ofte ved at en takstmann gir en faglig byggteknisk beskrivelse av boligen. Eiendomsmeglerloven konkretiserer hva megler forplikter seg til i bestemte kritiske forhold forbundet med eiendomshandelen. Det innebærer blant annet kontraktsinngåelse, omsorgsplikt ovenfor begge partenes interesser og taushetsplikt vedrørende diverse private forhold megler får kjennskap til i løpet av salgsprosessen.

Avhendingsloven er en kodifisering av gjeldende rett, nedfelt 07.03 1992. § 1.1 begrenser lovens virkeområde til salg av fast eiendom. Det vi si at den formelt ikke gjelder for borettslagsleiligheter, men det kan være verdt å nevne at den i praksis anvendes analogt på dette området. Loven regulerer forholdet mellom kjøper og selger, hvor begge parter pålegges forpliktelser og gies rettigheter. En sentral forpliktelse for kjøperen er den *undersøkelsesplikten* loven pålegger vedkommende. Dette kommer blant annet frem i § 3.10 første ledd: ”Kjøperen kan ikkje gjere gjeldane som mangel noko kjøperen kjende eller måtte kjenne til då avtalen vart inngått” (www.lovdatab.no, 12/03-2003). Dersom kjøperen ikke benytter seg av denne muligheten til å skaffe seg en rimelig kjennskap om boligen, dekrediteres han noe dersom vedkommende ønsker å gjøre gjeldende en mangel på et senere tidspunkt. § 4-9 tar for seg kjøperens undersøkelsesplikt i etterkant av overtakelsen med hensyn til å kunne gjøre mangler gjeldene: ”Etter at kjøperen har overteke bruken av eigendomen, skal kjøperen så snart det er rimelig høve til det, undersøke eigendomen slik god skikk tilseier” (www.lovdatab.no, 12/03-2003).

En sentral forpliktelse for selgeren er den *opplysningsplikten* loven pålegger. Samtidig som megler plikter å innhente nødvendig informasjon, er det viktig at selgeren opplyser om skader eller andre forhold kjøper bør få kjennskap til. Dette fremkommer blant annet av § 3.7: ”Eigendomen har manglar dersom kjøpar ikkje har fått opplysning om omstende ved

eigedomen som seljaren kjente eller måtte kjenne til, og som kjøparen hadde grunn til å rekne med å få” (www.lovdata.no, 12/03-2003). Det foregående referatet omhandler manglende opplysninger, men det er også viktig at selgeren ikke oppgir uriktige opplysninger om eiendommen. § 3.8 første ledd omhandler dette: ”Eigedomen har mangel dersom omstende ved eigedomen ikkje svarer til opplysning som seljaren har gitt kjøparen. Det same gjeld dersom eigedomen ikkje svarer til opplysning som er gitt i annonse, salgsprospekt eller ved anna markedsføring på vegne av seljaren” (www.lovdata.no, 12/03-2003). Når det gjelder hvilke opplysninger som fremkommer i markedsføringsmateriell, så er også megleren i høyeste grad ansvarlig for at denne er korrekt i henhold til selgers opplysninger.

Avhendingsloven og Eiendomsmeglerloven utfyller hverandre med hensyn til å skissere opp de ulike forpliktelsene og rettighetene de involverte partene berøres av. Eiendomsmeglerloven utdyper meglerens forpliktelser ovenfor kjøper og selger mens Avhendingsloven tar for seg rettsforholdet mellom kjøper og selger. Lovverket er lett tilgjengelig på internett, og må kunne betraktes som lett forståelig. Dette er en styrke med tanke på tilgangen til denne kunnskapen for de som involverer seg i en bolighandel. Et annet spørsmål er hvorvidt det for kjøper lar seg gjøre å få tilstrekkelig tid til å vurdere og undersøke boligen i de tilfellene hvor boligsalget foregår svært hurtig. Dette er en relevant problemstilling vi kommer tilbake til senere i oppgaven.

### *Megler - selgers mann?*

Megleren oppfattes gjerne som selgers representant fordi boligeieren engasjerer megler til å gjennomføre salget på sine vegne. Megler er imidlertid pålagt etter *Lov om eiendomsmegling* § 3.1 å utøve *omsorgsplikt* overfor både kjøper og selger, hvilket vil si at han skal ivareta begge partenes interesser. Det vil i praksis allikevel være slik at meglers relasjon til selger etableres på et tidligere tidspunkt enn til kjøper, og dermed er det rimelig å anta at meglers opptreden vil bære preg av dette. Kjøper kommer først i kontakt med megler på visningen og i forbindelse med etterarbeid som kontraktsinngåelse, og frem til det er meglers primære oppgave å oppnå en høyest mulig pris. Jeg mener dagens praktisering av meglerrollen representerer en *salgsorientert meglerform*. Meglers rolle som selgers representant i markedet står i potensiell kontrast til deres lovpålagte omsorgsplikt overfor kjøper.

### 1.4.5. Bransjeorganisasjonene og statlige organ

Først vil jeg gi en kort presentasjon av Norges Eiendomsmeglerforbund (NEF), Dansk Ejendomsmejerforening (DE) og Eiendomsmeglerforetakenes Forbund (EFF). Det som gjør det relevant å trekke inn den danske meglerorganisasjonen, er det faktum at det er svært forskjellig praksis i de to landene med hensyn til hvordan budrunden håndteres. Dette har sin bakgrunn både i et dansk lovverk hvor myndighetene i sterkere grad enn i Norge har gått inn og lagt klare føringer, men også et meglerforbund som står noe sterkere enn det norske ved å ha en høyere andel medlemmer og dermed større innflytelse over bransjen. Både NEF og DE er nasjonale medlemsorganisasjoner for eiendomsmeglere. Forbundene ønsker å fremme medlemmenes interesser blant annet gjennom å kvalitetssikre utdannelsen. I forhold til myndighetene arbeider de med å oppdatere lovverket i henhold til den problematikken som møter bransjen til daglig. Det eksisterer også en klagenemnd som kunder av foreningenes medlemmer kan henvende seg til. NEF ble stiftet i 1932 og har rundt 1100 medlemmer. Markedsmessig står deres medlemmer for ca 80 % av all boligformidling i Norge<sup>6</sup>. DE ble stiftet i 1912 og har rundt 2300 medlemmer, noe som tilsvarer ca 91 % av samtlige eiendomsmeglere i Danmark<sup>7</sup>. Majoriteten av eiendomshandlene innenfor de respektive markedene blir foretatt av en megler tilknyttet NEF eller DE.

Eiendomsmeglerforetakenes Forening (EFF) er en relativt nyetablert organisasjon stiftet i april 2001. Her er de fleste store eiendomsmeglerforetakene representert, og formålet med foreningen er å ivareta medlemmenes interesse overfor media og myndighetene. EFF kan til en viss grad betraktes som en konkurrent til NEF, uten at dette blir eksplisitt uttrykt noe sted. Samtidig har også EFF felles interesser med NEF, selv om de delvis ble etablert på grunnlag av en misnøye med enkelte beslutninger fattet i NEF og som deres medlemmer (statsautoriserte meglere) ønsket å implementere i det enkelte meglerforetak. Dette førte til at foretakene selv, representert gjennom sine overordnede, ønsket et felles forum for de driftsansvarlige i meglerforetakene. EFF er en organisasjon som har til hensikt å få en større innflytelse i forhold til *hvem* som skal være de styrende i meglerforetakene, og ikke minst *hvordan* aktivitetene skal foregå.

Av statlige organ er det først og fremst Forbrukerrådet og Kredittilsynet som har vært involvert overfor aktører i meglerbransjen. Jeg finner det rimelig å anta at dette er kjente

---

<sup>6</sup> Kilde: NEF's internettside. 13/1 03.

<sup>7</sup> Kilde: DE's internettside. Tallene er pr 28 okt 2002.

institusjoner, og ser ikke behovet for noen nærmere presentasjon. Forbrukerrådets oppgave ovenfor meglerbransjen er blant annet å ha en oversikt med at markedsføringen meglere bruker ikke overskrider de rammene markedsføringsloven gir. Etter hvert ble noen av meglerhusene så flittige til å klage hverandre inn for brudd på markedsføringsloven at Forbrukerrådet i Hordaland mottok for mange slike henvendelser og de måtte derfor be bransjen om å moderere sin bruk av forbrukerrådet som klageinstans. En annonse ble i et tilfelle ansett for å representere et så graverende overtramp på markedsføringsloven at fortsatt bruk ville medføre en bot på 500 000 kr. Dette tilfellet vil jeg ta opp senere i oppgaven. Selv om pålegg av denne størrelsen hører til unntakene, opplever bransjen en del av markedsføringen som problematisk ettersom den ikke tar tilstrekkelig hensyn til gjeldende lovreguleringer. Kredittilsynet har blant annet til oppgave å slå ned på aktivitet som er graverende i forbindelse med økonomiske transaksjoner. I visse tilfeller har de fremmet pålegg ovenfor meglere som ikke fulgte lovverket. Jeg kommer senere i oppgaven til å trekke frem et eksempel hvor det ble avdekket en lang rekke mangler ved praksisen og håndteringen av boligsalg hos et meglerhus.

## 1.5. En oversikt over de relevante meglerhusene

Ettersom min studie i stor grad baserer seg på intervjuer med sentrale aktører i det lokale markedet for eiendomsmegling, ønsker jeg å gi en kort oversikt over de ulike meglerhusene som nevnes i oppgaven. Det er verdt å nevne at det finnes flere meglerhus i Bergen<sup>8</sup>.

Av praktiske hensyn ønsker jeg å dele meglerhusene inn i tre kategorier:

Meglerhus tilhørende en finansinstitusjon:	Navn finansinstitusjon:	Omsetning – antall 2001 / Omsetning – antall 2002	Ant. meglere / gj.snittsalder
DNB Eiendom	DNB	***2002: ca 850 stk	16 stk / 29 år
Gjensidige Nor Eiendom	Gjensidige Nor Sp.b	ca 500 / ca 500	5 stk /
* EiendomsMegler1	Sparebank 1 Vest	**47 mill-1325/ **55 mill-1550	22 stk / 30 år

\* For EiendomsMegler 1 inkluderer tallene også distriktskontorene i Førde, Knarvik og på Stord.

\*\* Meglerhusets inntekt.

\*\*\* Anslag over DNB sine boligsalg i Hordaland.

<sup>8</sup> Av de større meglere består meglerhuset Estate av en rekke lokale meglerkontor som tidligere var tilknyttet WEB-kjeden. Fana sparebank er også blant de større lokale meglere. Det finnes flere mindre meglere som blant annet opererer innenfor spesielle segmenter. Jeg ser det ikke som hensiktsmessig å gi en fullstendig oversikt ettersom jeg i oppgaven kun berøre noen av de større lokale meglere.



<b>Franchise- basert meglerhus:</b>	Omsetning – antall 2001 / Omsetning – antall 2002	Ant. meglere / gj.snittsalder
* Postbanken Eiendomsmegling	Ca 520 / ca 650	ca30stk /ca30 år
Notar Eiendomsmegling	2002: ca 1200	11 stk / 26 år

\* Postbankens meglerkontorer består av fire selvstendige franchisekontorer i Bergen, hvor et nytt kontor ble etablert i 2001 og et i 2002.

<b>Boligbyggelag med egen Megleravdeling:</b>	Omsetning – antall 2001 / Omsetning – antall 2002	Ant. meglere / gj.snittsalder
Stor-Bergen Boligbyggelag	589 / 514	8 stk / 35 år
Bergen og Omegn Boligbyggelag	431 mill- 510 / 494 mill- 551	8 stk / 35 år
* GARANTI Eiendomsmegling	262 / 353	5 stk / 36 år

\* Meglerkjede tilknyttet Vestbo Boligbyggelag

Den første kategorien er de meglerhusene som har en finansinstitusjon i ryggen. Dette har også Postbanken Eiendomsmegling, men disse benytter et franchisekonsept bestående av selvdrevne enheter som blant annet samarbeider om felles markedsføring. I intervjuene med de meglerne som var tilknyttet finansinstitusjonene fant jeg en tydelig bevissthet om at de tilhører et konsern hvor image og tjeneste skal stå i stil med den profilen konsernet samlet representerer. Franchisebaserte meglerhus har i løpet av de senere årene nyetablert svært mange meglerkontorer i Norge. Postbanken sto for en svært kraftig vekst under sin ekspansjonsperiode, noe som førte til at mange lokalt profilerte meglerkontor gikk inn i et merkefelleskap. Franchisebaserte meglerkontorer både drives og eies av en eller flere ansatte, mens en andel av omsetningen overføres til ”morselskapet” som betaling for at man får benytte et velkjent merkenavn til å promotere seg ved.

Jeg tok ikke med WEB Meglerhuset i oversikten fordi de i mindre grad nevnes i oppgaven. WEB er et av de gjenværende mindre lokale meglerkontorene. Dette er også et uttrykk for at meglerbransjen i løpet av det siste tiåret har gått gjennom en stadig sterkere profesjonalisering og en rekke kjededannelser. Det samme har også vært tilfellet i Danmark. Den fyldige spalteplassen WEB har fått igjennom flere kritiske artikler i Bergens Tidende er årsaken til at de er med i oppgaven.

## 2. Teori

Tradisjonelt har forskningen innenfor boligmarkedet og megleryrket vært dominert av økonomisk teori og analyse. Formålet med denne oppgaven er imidlertid å danne et bilde av de *sosiale mekanismene* og *rollene* som utspilles på dette feltet. Mitt inntrykk er at det ved siden av den økonomiske forståelsesrammen i flere av de økonomiske utredningene jeg har gjennomgått finnes rom for en sosial forståelse av de aktørene og interessene som opptrer på feltet.

### 2.1. Tillit og tillitsverdighet

Russell Hardin tar utgangspunkt i ulike teorier om tillit og utvikler en fornyet og nyansert forståelse av tillitsbegrepet. "Trust is a cognitive judgment that depends on perceived facts" (Hardin, 2002:110). Her er det individets opplevelse og tankeprosesser som står i sentrum. Det relasjonelle aspektet er en nøkkel for å kunne forstå hvordan tillit etableres og påvirker praksis. Hardin mener tillit kjennetegnes ved at det er innkapslet i forventninger. "You encapsulate my interests in your own interests" (Hardin, 2002:1). Med dette mener han at mine forventninger til at du kommer til å ivareta mine interesser er grunnen til at jeg også har tillit til deg. Det ligger en viss rasjonell avveining bak denne forståelsen av tillit, hvor individets interesser og persepsjoner spiller en vesentlig rolle med hensyn til hvordan det forholder seg til omverden.

*Tillitsverdighet* står i nær sammenheng til tillit. Dersom en handling bryter med de forventningene og den tilliten en har til en annen, viser vedkommende seg å ikke være tillitsverdig. Dersom forventningene innfris og den annen part viser seg tillitsverdig, vil det ytterligere være med på å underbygge den tilliten man har til vedkommende. Slik blir tillit en tro på at den man stoler på vil handle i overensstemmelse med egne interesser (Hardin, 2002). Tillitsverdighet vil innenfor en slik forståelse stå i nær relasjon til forutsigbarhet, og en sentral forutsetning til at andre skal knytte tillit til en er at de mener å kunne forutsi hvordan deres interesser vil møtes av den annen part.

#### *Asymmetrien mellom å bygge opp og bryte ned tillit*

Hardin poengterer hvor krevende det er å gjenopprette tillit i de tilfellene hvor denne svekkes eller går tapt (Hardin, 2002). Andre sentrale tillitsteoretikere understreker det samme: "It seems that mistrust resulting from the breach of trust, easily leads to full-fledge distrust,

whereas mistrust resulting from the withdrawal of unjustified distrust will build toward full-fledged trust much more slowly” (Sztompka, 1999: 27). Sztompka tilføyere flere nyanser igjennom sin teori, hvilket også kommer til uttrykk i det foregående sitatet, men hovedpoenget er det samme som Hardins; det å bygge tillit er generelt atskilling mer tidkrevende enn å ødelegge den.

### **2.1.1. Ekstern motivasjon for tillitsverdighet**

I det foregående avsnittet nevnte jeg hva som kjennetegner tillit og tillitsverdighet ut i fra Hardins forståelsesramme. I dette avsnittet ønsker jeg å sette tillitsverdighet i relasjon til oppgavens problematikk. Hvilken motivasjon en har for å opptre tillitsverdig vil også ha betydning for de tillitsforventningene partene knytter til hverandre. Hardin nevner tre viktige motivasjonsfaktorer som kan styrke en persons tillitsverdighet. For det første vil vår sosiale omgangskrets kunne ha innflytelse på hvem vi oppfatter som tillitsverdige (Hardin, 2002:41). Dette utdyper jeg nærmere under avsnittet om sosiale nettverk. For det andre vil de anerkjente sosiale konvensjonene også kunne være av betydning for hvorvidt en person ser det som hensiktsmessig å bryte med en annens tillit, eller velger å opptre tillitsverdig (Hardin, 2002:42). Innenfor meglerbransjen uttrykker begrepet ”god meglerskikk” en praktisk yrkesetisk forståelse for hva som er korrekt opptreden i ulike situasjoner. Et eksempel på hva Norges Eiendomsmeglerforbund (NEF) vurderer som useriøs praksis er når meglerne setter en urealistisk lav prisantydning (”lokkepris”) på leiligheten, med det formålet å få flere besøkende på visning enn det en realistisk prisantydning hadde gitt. Den tredje motivasjonen for tillitsverdighet er utdypende og detaljerte sosiale kontrollmekanismer, institusjonalisert og med betydning for store deler av samfunnet (Hardin, 2002:42). Hardin trekker frem lovverket som en slik sentral størrrelse: “Economic relations between individuals are relatively well governed by institutional controls. Contract law seems almost like an ideal type...” (Hardin, 2002:47). Selve kjøpskontrakten er et svært viktig dokument ved kjøp av bolig. Det lovverket som kontrakten er utformet på bakgrunn av, har stor betydning for ansvarsfordelingen mellom kjøper og selger, ikke minst i de tilfellene hvor det oppstår juridiske tvister i ettertid: “Contracts for housing are now standardized in large part to keep us from making special agreements in a context in which one party might have great power to set the terms” (Macneil, 1980 i Hardin, 2002:48).

Mens NEF kan skape tillit gjennom å bøtelegge brudd fra meglers side på bransjen sine etiske regler og brudd på lovverket, kan domsavgjørelser i retten skape presedenser og straffe de selgerne, kjøperne eller meglerne som har opptrådt i strid med lovene. Dette er mekanismer som kan bidra til at de ulike partene finner det rimelig å ha tillit til hverandre. Man antar risikoen er mindre for at noen vil opptre i strid med en norm eller en lov dersom dette kan få negative konsekvenser for dem. Jeg vil i analysekapittelet komme inn på noen av de juridiske forskjellene som skiller det norske systemet fra det danske med hensyn til omsetning av bolig.

### *Legitimeringsstrategier*

Luc Boltanski og Laurent Thevenot beskrives gjerne som pragmatiske sosiologer. Deres teori utgjør et analytisk rammeverk som legger *den sosiale situasjonen* til grunn for analysen. I situasjonen forekommer *kritiske øyeblikk*, hvilket er avgjørende hendelser som legger føringer på situasjonens videre forløp. Et viktig anliggende innenfor Boltanski og Thevenots teoretiske apparat er hvilke legitimeringsstrategier aktørene føler seg forpliktet til å velge for å fremstå som troverdige i den gitte situasjonen. Jeg anvender deres begreper i analysen for å belyse hvordan visse argumentasjonsmetoder i markedsmateriell kan oppfattes som et overgrep mot den hjemlige livsverden. Her skilles det mellom det *markedsbaserte* verdiregimet hvor pris og kjøpekraft settes i sentrum, og det *hjemlige* verdiregimet hvor respekt er en viktig kvalitet (Boltanski og Thevenot, 1999)<sup>9</sup>. Den suverene formen for legitimitet som regjerer eller dominerer situasjonens utvikling og form omtaler de som *orders of worth, grandeur*. Her kommer de dominante deltakerne og premissleverandørene inn i fokus for analysen.

### **2.1.2. Erfaringsbasert tillit**

Jeg har tidligere nevnt boligmarkedets heterogene karakter, og ønsker nå kort å gripe fatt i de implikasjonene dette har for tillitsaspektet. Offe (1999) betegner de erfaringene som bygger på stabile og langsiktige relasjoner til andre mennesker som ”erfaringsbasert tillit” (Gulbrandsen, 2000). En betingelse for dette er at det utvikles relasjonelle bånd mellom partene over tid. Det vil si at etableringen av erfaringsbasert tillit har en prosessuell karakter (Gulbrandsen, 2000). Med de kravene man stiller til erfaringsbasert tillit (Offe, 1999), blir

---

<sup>9</sup> Boltanski og Thevenot (1999) gir en god innføring av sitt ståsted i artikkelen ”The Sociology of Critical Capacity”.

sannsynligheten for at denne tillitsformen skal opparbeides ved boligkjøp sterkt begrenset av transaksjonens karakter og mangel på hyppighet.

Det er grunn til å vente at en som personkunde vil forvente større velvilje fra en megler tilknyttet en finansinstitusjon om det skulle oppstå en tvist ettersom kundeforholdet er av verdi for banken. Også for dem som ikke har noe kundeforhold til disse bankene kan det tenkes at de opplever en trygghet ved å benytte seg av en megler som er tilknyttet en velkjent institusjon. Tilsvarende tror jeg de som kjøper bolig gjennom meglere tilhørende et boligbyggelag vil forvente at deres interesser vil ivaretas fordi en som beboer og medlem etablerer et varig bånd til boligbyggelaget.

## **2.2. Mistillit**

Erfaringene våre vil forårsake ulike grader av både tillit og mistillit. Vi forholder oss til de inntrykkene vi har fra egne erfaringer og den kjennskapen vi erverver gjennom andre kanaler. Dette handler om å ikke ta endelig stilling til hvorvidt noen er tillitsverdig eller ikke, men om en prosess hvor utfallet på forhånd ikke er gitt og hvor nyansene stadig er i endring. Hardin uttrykker dette slik: "There is no act of choosing to trust or distrust, your knowledge or beliefs about me constitute your degree of trust or distrust of me" (Hardin, 2002: 89).

Mistillit fremstår hos Hardin som en erfaring eller refleksjon over at det ikke vil være rimelig å anta at den andre parten ivaretar mine interesser som sine egne. Dersom den andre parten ikke viser seg tillitsverdig gitt min kognitive forventning om tillit, vil det resultere i mistillit. Kanskje det er de potensielle kjøperne som har størst grunn til å være mistenksomme ettersom megleren er selgerens mann og dermed i stor grad ønsker å ivareta selgers interesser. Megler vil ha et tettere forhold til selgeren som også er oppdragsgiveren enn til den endelige kjøperen, eller de som viser interesse for boligen. Kjøpere kan for eksempel være mistenksomme til de opplysningene selger har oppgitt om boligen. De kan også frykte at en "smart" selger eller megler ikke ønsker å gi et balansert bilde av boligen, og dermed holder tilbake eller nedtoner mangler ved boligen. Dette poenget ble fremhevet i noen av intervjuene. Selger og megler har videre en viss makt over kanaliseringen av informasjon i forbindelse med omsetning av bolig, og det er mulig denne maktrelasjonen også kan være en kilde til mistenksomhet blant potensielle kjøpere: "We might not trust those who have power over us, especially if they have little reason to care for us individually" (Hardin, 2002:100).

Både det sosiale nettverket, medieomtale og egne erfaringer vil være med på å utgjøre det grunnlaget man anvender for å danne seg et bilde av et bestemt meglerhus eller bransjen under ett. Det er dermed ikke sagt at en negativ omtale i en avis automatisk vil medføre mistillit til et meglerhus. Hvorvidt leseren vektlegger og har tillit til det som kommer frem i aviser kan variere alt etter hvilke avis man har tillit til. Det er noen aviser en anser for å være mer seriøs enn andre, og som en mener bedriver en bedre journalistikk enn de mindre seriøse. Jeg mener det allikevel er rimelig å anta at den informasjonen man mottar fra bekjente og de erfaringene en selv har gjort seg vil komme i første rekke som vurderingsgrunnlag når en danner seg en formening om et meglerhus, uten at vi på noen måte skal undervurdere mediens påvirkningsevne. Her er det relevant å nevne at enkeltindividets mangel på informasjon medfører at det ikke selv kan ha tilstrekkelige erfaringer på alle områder, noe som gjør en avhengig av den informasjonen som også kommer fra sekundære kilder, hvilket en selv eller bekjente ikke kan vurdere riktigheten av. Vi må ta stilling til informasjonen og plassere den innenfor vår forståelsesramme for å kompensere for den mangelen vi har på kunnskap.

### 2.2.1. Opportunisme

I forbindelse med økonomiske transaksjoner kan det opptre en variant av opportunisteproblemet som gjerne kalles *prinsipal- agent problemet*. Kort beskrevet innebærer opportunistisk opptreden en handling vi oppfatter i strid med god skikk eller etablerte normer innen et felt. “Transaction cost economics describes opportunism - to include the use of guile in pursuit of one’s own interests” (Williamson, 1994: 81). Slik som Williamson fremhever dette vil det i ytterste konsekvens kunne medføre handlinger hvor en har til formål å svindle andre for å oppnå egen vinning. Prinsipal- agent teori vektlegger hvordan insentivsystemer kan korrigere og styre handlingene med hensyn til hvordan for eksempel en megler opptrer ovenfor selger og potensielle kjøpere. Teorien tar blant annet for seg en form for ”nesten svik” hvor en agent i form av en megler ikke direkte bryter noen lover, men opptrer på et vis som i større grad ivaretar egne interesser enn kundens. Det er hensiktsmessig å gi et noe mer nyansert bilde av hva som ligger i opportunistebegrepet: “[opportunism] includes but is scarcely limited to more blatant forms, such as lying, stealing, and cheating. Opportunism more often involves subtle forms of deceit. Both active and passive forms and both *ex ante* and *ex post* types are included” (Williamson, 1985: 47). Det er dermed gjerne snakk om mer subtile forhold som kan oppfattes opportunistisk, både forut og

etter en situasjon eller en kontraktinngåelse, hvor partene søker å ivareta sine egne interesser på de andres bekostning. I relasjon til dette er informasjonsaspektet av stor betydning: "More generally, opportunism refers to the incomplete or distorted disclosure of information, especially to calculated efforts to mislead, distort, disguise, obfuscate, or otherwise confuse" (Williamson, 1985: 47). Hvis selger forsøker å holde tilbake informasjon om, eller i forkant av visningen skjuler mangler ved boligen, er dette en form for opptreden som har til hensikt å mislede både kjøperen og megleren. Dette er i høyeste grad en aktuell problematikk ettersom svært mange av de tvistene som oppstår i kjølvannet av boligsalg går på mangler som kjøper mener selger burde opplyst og. Innenfor Williamson sin forståelsesramme vil ikke de involverte partene oppgi mer informasjon enn hva de tjener på. Det ligger derfor en kalkulert vurdering til grunn for hvorvidt en vurderer det som fordelaktig eller ufordelaktig å gi alle de opplysningene man sitter på. I intervjuet med Rune Hansen, adm. direktør i EiendomsMegler1, kommer det frem et interessant paradoks vedrørende hvor mange opplysninger selger og megler skal gi tilkjenne:

*"Det har faktisk kommet så langt at... vi har jo alltid vær tilhenger av å ha tilstandsrapport på boligen. Men det viser seg faktisk at når du kommer i retten... at desto mer informasjon som foreligger på en bolig, jo større kilder er det til feilkilder, feilsitat. Feil som motparten på en eller annen måte kan henge seg opp i. Så hvis du skal selge en bolig i dag tar en kun takst og ikke noen tilstandsrapport, så er det mindre for motparten å henge seg opp i... men det er jo ingen fordel for kjøperen!"* (Intervju 07.05.03)

Hansen setter dette i relasjon til avhendingsloven og dagens rettspraksis:

*"På en måte så har den eierskifte- eller den avhendingsloven, og da den måten rettspraksis har utviklet seg på gått i en litt feil retning. Eg mener at desto flere opplysninger du kan gi om en bolig, desto flere opplysninger har kjøper å forholde seg til. Men når det viser seg at det er en ulempe for den som selger boligen, så gir han blaffen i den der tilstandsrapporten"* (Intervju 07.05.03).

Praktiseringen av lovverket kan dermed virke imot sin hensikt og vurderingen av hvorvidt det eksempelvis lønner seg for selger å oppgi alle de opplysningene vedkommende har til megler og potensielle kjøpere.

Resultat fra de norske studiene kan tyde på at bransjens representanter har en tendens til å først og fremst ivareta sine egne interesser, og dermed tendere mot opportunistisk opptreden ovenfor kjøper og selger: "Agents tend towards opportunism, i.e. to maximize their own interest, preferably jointly with clients and possibly with customers, if necessary, at their expense and by exploiting their weaknesses" (Brinkmann, 2000:16). Brinkmann (2000:8)

henviser også til en britisk studie (Clarke, 1996) som tar opp meglers incentiver til å sikre seg selv, hvilket kan gå på bekostning av de andre involverte partene. Brinkmann setter videre opportunisteproblemet i forbindelse med en manglende yrkesetisk referanseramme: “A majority of the respondents tends to analyse and resolve professional life situations without clear moral references, while private life dilemmas almost certainly provoke moral reasoning” (Brinkmann, 2002:19). Dette kan tyde på at mange meglere mangler en tilstrekkelig moralsk ballast å vurdere sin praksis i forhold til. Formålet blir ikke å opptre ut i fra hva som er etisk riktig, men med hensyn til hvilke virkemidler som gir megleren det beste resultatet. Brinkmann konkluderer med at det trengs et sterkere moralsk fokus i bransjen: “Real estate agents and real estate students could benefit from a basic training in professional ethics and moral conflict management... for identification of moral issues, seeing one’s moral responsibility” (Brinkmann, 2000:20). Det foreligger også økonomisk sosiologi som på et generelt nivå underbygger et tilsvarende syn på sammenhengen mellom moral og opportunisteproblemet: “”Opportunism” may be a lesser danger... in the Japanese economy of what one may call moralized trading relationships of mutual goodwill” (Ronald Dore i Granovetter og Swedberg, 1992: 163). Her antar man det er en sammenheng mellom graden av integrering i bransjerelatert etiske standarder og sannsynligheten for at opportunisteproblemet vil gjøre seg gjeldende.

Selv om en gjerne har grunn til en viss mistenksomhet, er man også avhengig av gode råd og grundig informasjon fra meglerens side. Dette danner en motstridende situasjon som kan omtales som en form for *kritisk avhengighet*. Kjøper og selger opptre ut ifra en forventning om at megler i størst mulig utstrekning vil ivareta deres interesser, men samtidig kan det være svært vanskelig å ta stilling til hvorvidt megler faktisk gjør det. En viktig årsak til dette er at kjøp og salg av bolig er en affære de fleste involverer seg i så sjelden at de ikke har anledning til å bli godt kjent med megleren, noe som legger klare begrensninger for å kunne etablere erfaringsbasert tillit. I forbindelse med bolighandel er det en rekke egenskaper ved transaksjonen som kan skape mistillit og mistenksomhet. Potensielle kjøpere kan tro at selger eller megler ser seg tjent med å ikke gi alle relevante opplysninger, men presentere et bilde som ikke gir et tilstrekkelig inntrykk av de manglene som finnes i boligen. På den andre siden kan det hende at kjøperen delvis har urealistiske forventninger til en bolig og dermed først påpeker mangler i etterkant av handelen uten å ha undersøkt boligen tilstrekkelig før selve kjøpet. Dette ble også fremhevet som et tilbakevendende problem i et av intervjuene med meglernes.



Opportunistisk opptreden kan ha en rekke implikasjoner for tillitsaspektet. Innenfor Hardins teori om tillit kan det som nevnt etableres *institusjonelle sikkerhetsnett* for å sikre at partene ivaretar interessene til de andre som involveres. Lovverket er et eksempel. Bransjens etiske regler er et sett av normer som har til hensikt å sikre en forsvarlig håndtering av hele prosessen med hensyn til at megleren opptrer skjønnsmessig i forhold til *god meglerskikk*. Norske studier (Brinkmann, 2000) underbygger imidlertid at kjøperne og selgerne har en legitim grunn til å være kritisk til meglers ivaretagelse av deres interesser.

### **2.2.2. Institusjonelle sikkerhetsnett**

Institusjonen kan opptre som en sikringsmekanisme i de tilfellene hvor partene over tid ikke har anledning til å etablere relasjoner og på grunnlag av dette opparbeide seg en erfaringsbasert tillit.

“We can build institutional devices that mimic the incentives of the encapsulated-interest account, so that we can relatively easily see how to overcome problems of the lack of trust and trustworthiness in many contexts in which, for example, ongoing relationships cannot motivate cooperation” (Hardin, 2002:52).

På grunn av transaksjonens sjeldne karakter blir det desto viktigere å kompensere ved å finne trygghet innenfor etablerte institusjonelle rammer. Dette er særdeles viktig med et klart definert system når det er sterke personlige interesser involvert og dette kan komme i konflikt med overordnede interesser: “A strong network of laws and conventions is needed to make any type of behaviour reliable if it is likely to conflict with powerful considerations of interest” (Hardin, 2002:52). Tilstedeværelsen av meglere og NEF har som funksjon å sikre forutsigbarhet gjennom deres praksis og utøvelse av de gjeldene etiske normene og lovene: “Institutions often play for us the role of intermediaries in trust for our relationships with others. Individuals can also play that role...” (Hardin, 2002:109). Her vendes oppmerksomheten både mot enkeltmegleren og bransjeorganisasjonen. Bransjen skal ivareta både kjøpers og selgers interesse, og dette er en av de viktigste oppgavene megleren har. Meglers *omsorgsplikt* gjelder for så vel kjøper som selger, og megler kan inngå som et mellomledd for å sikre at lovverket følges i forbindelse med transaksjonen.

### *Markedsmekanismens betydning*

Innenfor paradigmet til ”ny- institusjonell økonomi” innehar transaksjonskostnadsperspektivet til økonomen Oliver E. Williamson en sentral posisjon. Williamson refererer til Lance Davis og Douglass North for å beskrive et institusjonelt miljø:

“The *institutional environment* is a set of fundamental political, social and legal ground rules that establishes the basis for production, exchange and distribution” (North, 1971 i Williamson, 1994:79). Det foregående sitatet gir et bilde av de institusjonelle omgivelsene, men det er også nødvendig med en nærmere definisjon av selve institusjonen:

”... the humanly devised constraints that structure political, economic, and social interactions. They consist of both informal constraints (sanctions, taboos, costumes, traditions and codes of conduct) and formal rules (constitutions, laws, property rights)” (North, 1991 i Williamson, 1994:79).

Mens Williamsons beskrivelse av en institusjon langt på vei samsvarer med institusjonelle sosiologers oppfatning, er han kritisert for å ikke i tilstrekkelig grad ta hensyn til det sosiale aspektet i sin transaksjonstilnærming til empiriske fenomen. Hans begrepsapparat har blant annet blitt beskrevet som: ”...an undersocialized conception that neglects the role of social relations...” (Granovetter, 1992:65). I utgangspunktet er Williamson av den oppfatning at individene først og fremst søker å ivareta sine egne interesser, selv om dette kan være uheldig for andre parter: ” [man is] self-interest seeking with guile” (Williamson, 1985: 47). Med andre ord søker individet å tilfredsstille sine egne ønsker selv om det medfører å forråde andre. Innenfor Williamsons perspektiv reduseres aktøren til et rasjonelt handlende individ, hvor vedkommende velger det enkleste alternativet med hensyn til transaksjonskostnadene, det vil si at aktøren velger å ”investere” i den løsningen som gir høyest mulig utbytte i forhold til innsatsen. Selv om Williamson mener det sosiale aspektet har innflytelse over bytteforholdet, har han blitt kritisert for ikke i tilstrekkelig grad å ta høyde for dette. På tross av denne kritikken mener jeg hans teori kan belyse sentrale aspekter ved markedet. Dette er blant annet relevant for hvordan en negativ informasjonsstrøm kan innvirke på konkurranseforholdet mellom meglere.

Publikum har i stor utstrekning en formening om hvilke koder og normer som er gjeldende i forhold til boligtransaksjonen. Markedet er en sentral institusjon i dagens samfunn og består blant annet av en lang rekke mekanismer som er av betydning for hvor tillitsverdige en vurderer de ulike meglere. Et spørsmål i den sammenhengen er om lite tillitsverdige meglere blir utkonkurrert. Dette vil blant annet være avhengig av om de enkelte får tilgang til den informasjonen som setter en megler i et dårlig lys. Hvis ikke kan det tenkes at kjennskapen

om en lite tillitsvekkende megler forblir blant dem som var direkte involvert i transaksjonen og dermed ikke får noen videre betydning for meglers renommé.

### **2.3. Sosiale Nettverk**

Jeg vil i dette avsnittet undersøke hvilken betydning sosiale nettverk kan ha for informasjonsflyten, noe som er svært viktig for hvorvidt en meglers tillitsverdighet begrenses. Dersom så skulle skje ville dette utvilsomt kunne medføre at markedet unngår de meglerne som har et dårlig rykte og at den useriøse eller uheldige megleren taper markedsandeler, eller går konkurs. Hvis et dårlig rykte reduserer ens tillitsverdighet, kan det fungere som et incentiv til å også ta hensyn til de andre. Dette skyldes at en slik omtanke lønner seg for et individ eller en organisasjon. For en tidligere nevnt transaksjonsøkonom som Williamson, er ikke slike vurderinger av en moralsk kvalitet, men først og fremst en mer eller mindre rasjonell avveining av hva som en over tid er best tjent med.

Sosiologen Mark Granovetter har en interessant synsvinkel på hvordan relasjonelle bånd i sosiale nettverk kan påvirke og forme situasjoner. Det sosiale nettverket av bekjente kan være en ressurs når en har behov for å avgjøre hvem man skal velge. Arbeidskolleger sitter for eksempel gjerne på nyttige erfaringer om hvem en bør unngå og hvem en bør benytte seg av. Dette er en viktig påvirkningskilde ettersom de fleste ikke har noen hyppig kontakt med eiendomsmeglere og dermed mangler de langsiktige relasjonene som danner grunnlag for etablering av lojalitet. Som tidligere nevnt er valget av megler mer kritisk for selger enn for kjøper. Sistnevnte vil vanligvis være mer opptatt av egenskaper ved boligen. For selger representerer salgsarbeidet en orienterings- og bevisstgjøringsprosess ved at det blir nødvendig å danne seg en viss formening om hvilken megler man vil bruke. Erfaringene en selv har er begrenset og gode råd fra bekjente kan bli en avgjørende faktor i dette sonderingsarbeidet.

Størrelsen på det sosiale nettverket vil kunne være av avgjørende betydning for å komme frem til det beste alternativet. Ettersom omsetningstakten for boliger i dag er høyere enn noen gang, vil det være stor sannsynlighet for at man kjenner noen som relativt nylig har vært i kontakt med en megler. Det vil være rimelig å anta at personer som nyetablerer seg i en by har større behov for å orientere seg gjennom en megler enn fastboende og lokalkjente. Det å minimere søketiden er også et sentralt poeng når man flytter til et nytt sted (Zumpano m.fl 1996).

Dersom man allerede har et sosialt nettverk der man flytter, kan dette forenkle prosessen og effektivisere letingen etter ny bopel.

Et begrep som står sentralt i Granovetters teori og analyse er *styrken til de "svake bånd"* (Granovetter, 1973). Med svake bånd ønsker han å beskrive relasjonen til de vi har sjeldnere kontakt med, mens sterke bånd bygger på hyppig kontakt. Et eksempel på sterke bånd er relasjonene mellom for eksempel de nærmeste medlemmene i en familie, eller nære venner og kolleger. Knyttet opp til en slik forståelse av hvordan en kjøper eller selger kan innhente informasjon, vil potensielle meglerkunder lytte til de som har noe å si. Et sentralt forhold består i å vurdere hva som er av betydning og kan påvirke kjøpere og selgeres tillit til meglere. Størrelsen på det sosiale nettverket er en sentral faktor, og vil innvirke på hvor mye og hvilken informasjon en får tilgang på. Mens vi ikke kan ha sterke bånd til mer enn et begrenset antall mennesker, vil vi kunne ha sporadisk kontakt med et langt større antall. Hvis man har mange bekjente, har man også tallrike svake bånd, noe som gir en langt videre krets å hente informasjon fra. Informasjonsutvekslinger innen sosiale nettverk vil både basere seg på egne erfaringer samtidig som en tar hensyn til eventuell medieomtale og det rykte de enkelte meglerne har opparbeidet seg. Slik kan et tilfeldig samspill av utsagn påvirke det bildet man danner seg av megler. En av konklusjonene i en rapport utført ved BI angående boligmegling tyder også på dette: "Boligselgerne velger tilsynelatende ikke megler ut fra en grundig analyse, men kontakter en megler som er kjent og som de ikke har hørt så alt for mye galt om" (NiM 28:1998).

I forhold til Hardins teori er det rimelig å anta vi vil ha bedre tillit til vårt nære sosiale nettverk enn mer perifere kilder til informasjon. Med perifere kilder tenker jeg blant annet på den informasjonen vi mottar via meglerhusenes markedsføring. Et av de viktigste poengene til Granovetter og generelt innenfor nettverksteori er at hyppigheten og avstand i forhold til den kontakten man har med en person vil innvirke på den tilliten som opparbeidet i denne relasjonen. Dersom en har en bekjent eller barndomskamerat som jobber innenfor eiendomsmegling, vil dette forholdet kunne være av betydning og legge føringer på valg av megler for en boligselger. Det å arbeide bevisst i forhold til sin krets av bekjente og opparbeide seg et godt rykte er av stor betydning og en klar strategi for mange meglere. Det sosiale nettverket en boligmegler tilhører kan fungere som en døråpner for vedkommende og dermed ekskluderende for konkurrerende meglere. Fordelen med dette er at man i utgangspunktet har et komparativt fortrinn ovenfor sine konkurrenter, hvilket gjør det enklere å få et oppdrag enn det som er tilfellet under de harde konkurransebetingelsene som ordinært

råder imellom meglere. Man forventer gjerne at den megleren som er en nær venn av familien opplever en ekstra forpliktelse til å ivareta deres interesser som selger utover det som ville være tilfellet om de henter inne en ”ukjent” megler. Hvorvidt denne opplevelsen av trygghet vil være velbegrunnet kan gjerne diskuteres, men enhver dyktig megler kjenner betydningen av sosiale nettverk, og det er rimelig at dette vil kunne medføre en sterkere forpliktelse enn den relasjonen som vanligvis oppstår mellom megler og selger som ikke kjenner hverandre fra før, og heller ikke kommer til å ha noe nærmere forhold i tiden etter boligsalget.

#### *Tillit til bransjen*

Det faktum at et klart flertall av selgerne benytter seg av meglere kan tolkes som et tegn på tillit. Når et så stort antall mennesker kommer i befatning med boligmeglere er det sannsynlig at det vil spres informasjon om dem via de sosiale nettverkene til kjøperne og selgerne. Dette kan resultere i at mottakeren av informasjonen både får mistillit og tillit til enkeltaktørene og bransjen generelt. Jeg mener det er rimelig å anta de som har et gjennomgående kritisk syn på bransjen også vil ha større problemer med å oppfatte enkeltmeglere som tillitsvekkende, mens de som generelt har en positiv innstilling til bransjen også har lettere for å oppfatte enkeltaktører som tillitsverdige. Den sterke generaliserte tilliten her hjemme legger til rette for å ha tillit til meglerne, og det kan være grunn til å tro at det blir desto større reaksjoner i de tilfellene noen opplever å ha blitt lurt eller svindlet av en annen part. I den relativt trygge og tillitsfulle tilværelsen flest nordmenn lever i, vil slike tillitsbrudd skille seg ut som hendelser en opplever som både krenkende og uakseptable. Hver enkelt sitt sosiale nettverk er dermed av vesentlig betydning for hvilket virkelighetsbilde vedkommende danner seg av enkeltmeglerne og bransjen generelt, ved å legge føringer og forme den informasjon som blir gjort tilgjengelig.

## **2.4. Spesifiserte problemstillinger**

Jeg vil her ta for meg hvilke empirisk orienterte problemstillinger som kan utledes fra den nevnte teorien.

Boligmarkedet har en rekke særegenheter. Det involverer flere parter som til dels kan ha motstridende interesser. Jeg har innledningsvis beskrevet den usikkerheten prosessen kan medføre både for kjøper og selger ettersom de har begrenset anledning til å opparbeide seg erfaring med kjøp og salg av bolig. Transaksjonens mangel på hyppighet gir ikke grobunn for

noen sterk kjennskap til prosessen, selv om det nok kan være nyttig å ha erfaringer fra tidligere kjøp og salg. Hvordan megler konkret formidler informasjon er av stor betydning for at kjøper skal settes i stand til å treffe veloverveide beslutninger, gitt den usikkerheten som vil være tilstede ved omsetningen av en slik kompleks og unik vare. Denne generelle problematikken vi her har nevnt kan spissformuleres i en problemstilling:

*Hva er det ved boligmarkedets særegenheter som kan skape usikkerhet omkring den ene partens vilje og evne til å ivareta den andre partens interesser, og dermed påvirke den risikoen aktørene opplever?*

Et annet viktig område som belyses av teorien er de institusjonelle aspektene og de varige relasjonene. I de følgende avsnittene vil jeg kort komme inn på betydningen av disse forholdene, for til slutt å formulere dette i to problemstillinger.

Det kan være rimelig å stille spørsmål ved om den relasjonen som oppstår mellom en kjøper av en bolig tilhørende et boligbyggelag, formidlet gjennom boligbyggelagets egne meglere, vil være ulik fra det forholdet som etableres mellom de som kjøper bolig igjennom en megler uten tilsvarende tilknytning. Et boligbyggelag er en institusjon som forplikter seg til å ivareta et bredere aspekt av sine kunder og medlemmers interesser enn hva som vil være tilfellet for de frittstående meglerhusene. De som kjøper bolig gjennom et borettslag tilhørende et boligbyggelag er forpliktet til medlemskap i boligbyggelaget. Dermed etableres en langtidsrelasjon som kan være av betydning for lojaliteten til borettslagets egne meglere. Dette henspiller på Offe sin teori om erfaringsbasert tillit. Hvis en forventer at meglerne tilknyttet et boligbyggelag i større grad ivaretar ens interesser på grunn av at det etableres et langtidsforhold mellom boligbyggelaget og kjøperen som kunde, er det ikke urimelig at dette vil favorisere kjøp av en leilighet i et borettslag tilknyttet et boligbyggelag.

Dersom vi ser nærmere på den rollen medieomtalen har for spredningen av informasjon, er nettverksteori relevant. Opinionsledere kan være nøkkelpersoner ved at de spiller en særlig sentral rolle for meningsdannelsen innen en gruppe eller blant bekjente for øvrig. Media, og herunder lokalavisene som jeg vektlegger, er ikke bare viktige premissleverandører for hva som er dagsaktuelt å diskutere, men inneholder også til tider verdiladede artikler om ”meglerne som hauser opp prisene” og lignende. Derfor er det grunn til å undersøke hvorvidt media bidrar til å ”stemple” bransjer og yrkesgrupper, eller om de opptrer som en mer eller mindre objektiv og verdifri kommentator. Etersom publikum har en begrenset kunnskap om boligmarkedet og meglerbransjen, kan det være interessant å drøfte hvor mye makt

medieomtalen har med hensyn til å påvirke opinionens tillit til bransjen og enkeltstående meglerhus.

Hardins teori om tillit vektlegger den institusjonelt sikrede tilliten som en mulig kompensasjon for den usikkerheten som kan oppstå når aktørene ikke er trygge på at de andre partene føler seg forpliktet til å ivareta deres interesser. Det er her relevant å se på den betydningen dagens lovverk har, og videre kunne hatt i forhold til å sikre ivaretakelsen av delvis motstridende interesser. På den andre siden er det relevant å stille spørsmål ved hvordan dagens meglerpraksis kunne tjent på å bli endret i retning av den danske modellen, med det formål å redusere grad av usikkerhet, og dermed noe av grunnlaget for mistillit. Kan mangelen på forhåndsdefinerte og velkjente handlingsregler for praktisk opptreden i forbindelse med omsetning av eiendom ha skapt gråsoner, og dermed et spillerom for en praksis blant enkeltmeglere og meglerhus som grenser mot en opportunistisk opptreden? Det er en dobbeltsidig klargjøring av de institusjonelle rammene jeg mener gir oss fruktbare spørsmål om forhold som de empiriske dataene kan bidra til å besvare. På den ene siden tar vi for oss virkningen av de formelle lovreglene, mens vi på den andre siden ser på det frivillige nivået og virkningen av de etiske reglene til NEF, samt hva som kjennetegner den rådende norske meglerpraksisen.

Den foregående prestasjonen munner ut i to sentrale problemstillinger som følges opp i analysen:

*Gitt at varen har en karakter som skaper usikkerhet, hvordan kan de involverte institusjonene bidra til å redusere risikoen og skape tillit til transaksjonspartnerne i forbindelse med omsetning av bolig?*

*Hvordan kan sosiale nettverk og kommunikasjon bidra til å styrke eller svekke tilliten til bransjen og enkeltmeglernes?*

### 3. Forskningsdesign- Metode:

Jeg har vurdert det som mest hensiktsmessig å samle inn og analysere både kvalitative og kvantitative data. Dette er mer ressurs- og tidkrevende enn å fokusere en enkelt metode, men gir slik jeg ser det bedre svar på de spørsmålene som oppgaven reiser. De kvalitative dataene består hovedsakelig av intervjuer, men også blant annet av dokumenter som meglers annonsering i aviser. Intervjuene hadde på den ene siden til hensikt å belyse de strukturelle utfordringene til bransjen, som blant annet bransjens tillitsverdighet, og på den andre siden å få frem de intervjuedes opplevelse av det bildet media skaper av bransjen. De kvantitative dataene består hovedsakelig av en liten spørreundersøkelse, og en frekvensoversikt som ved en innholdsanalyse kategoriserer den lokale omtalen i Bergens Tidende. Spørreundersøkelsen, som ble gjennomført i Bergensområdet, kartlegger selgeres og kjøperes erfaringer samt holdninger til bransjen. Disse dataene relateres til den lokale medieomtalen, ettersom denne vil være med på å påvirke enkeltpersoners syn på bransjen. Formålet med metodene var å få et gjensidig utfyllende datagrunnlag som kunne gi et tilfredsstillende bilde av de utfordringene bransjen står ovenfor, både sett fra bransjens, forbrukernes, og medias innfallsvinkel. Dataene gir noen indikatorer på tilliten til bransjen og enkeltmeglere, men baserer seg på et mindre antall intervjuer og en liten spørreundersøkelse. Dette begrenser hvorvidt vi kan trekke sikre konklusjoner og si noe av en generell karakter. Oppgaven tar for seg betydningen av tillit for bransjen og enkeltmeglere, og det vil være sannsynlig at det også er forhold med betydning for tillitsaspektet som ikke kommer frem i mitt datagrunnlag og min analyse av feltet.

De første to intervjuene med Finn Tveter, direktør i Norges Eiendomsmeglerforbund og Hildur Høyland, direktør i OBOS og styreleder i Eiendomsmeglerforetakenes Forening (EFF) fungerte som en forstudie, og gjorde meg oppmerksom på nye problemstillinger. Ved å bruke intervjuene som en kunnskapskilde til feltet kunne jeg så adressere dette nærmere i de påfølgende intervjuene og spørreundersøkelsen. Forholdet mellom intervjuenes smidighet og surveyens statiske form er vektlagt i diverse faglitteratur. Grønmo (1996) gjorde meg oppmerksom på at det ville være hensiktsmessig å innlede datainnsamlingen med noen intervju, for deretter å evaluere hvorvidt spørreskjemaet eller intervjuguiden burde endres. Når spørreskjemaet er sendt ut, lar det seg ikke justere. Dermed er intervjuenes smidighet til stor nytte, en egenskap som ikke utsendte spørreskjemaer har.

Jeg valgte å intervju direktøren for Dansk Ejendomsmejerforening, samt en megler i København. Ved å gjennomføre intervju i Danmark kunne jeg danne meg et inntrykk av de



danske forholdene og hvilke kjennetegn de har sammenlignet med det norske systemet. To av intervjuene fra New York blir også benyttet i analysen, men har ikke like stor betydning ettersom oppgaven i størst grad er en komparasjon mellom det norske og danske meglersystemet. Et vesentlig skille mellom de to systemene er hvordan budrunden praktiseres. Jeg vil belyse hvilke konsekvenser de forskjellige praksisene medfører, og hva som kan være årsaker til ulikhetene mellom det norske og det danske systemet. I tillegg til dette har jeg vurdert deler av det danske lovverket opp mot det norske. En metodisk *komparasjon* har således gitt alternative innspill til hvordan deler av den norske praksis kan endres, ved at status quo fremstår som et alternativ blant flere (Andersen, 1990).

Kombinasjonen av intervju og survey medførte en del ekstraarbeid. Argumentene for å benytte begge metodene var likevel overbevisende, nemlig at det kunne være spennende og lærerikt, samtidig som det ville belyse problemstillingen fra flere vinkler og gi et mer mangfoldig datagrunnlag. Det foreligger få kvantitative data om de norske forholdene på eiendomsmarkedet. Både Norges Eiendomsmeglerforbund og Forbrukerrådet påpekte tidlig denne mangelen. Det faktum at slike data ville være av interesse for flere parter har derfor vært en ytterligere motivasjonsfaktor.

### 3.1. Intervjuene

Intervjuene blir brukt som data på to ulike måter i oppgaven. For det første er de viktig *bakgrunnsinformasjon* i datainnsamlingsfasen. Her var det sentralt å operasjonalisere problemstillingene ved å formulere spørsmål om temaer med relevans for hverdagspraksis og megleryrket i en videre kontekst. For det andre brukte jeg informasjonen fra intervjuene som *primærdata*. Etter hvert som forståelsen av feltet spisset seg til, kunne arbeidet med de *primære datakildene* ta til. Dette innebærer de dataene jeg analyserer i oppgaven, og skiller seg fra diverse bakgrunnsinformasjon jeg ikke tar i bruk. De primære kvalitative datakildene er intervjuer, samt noen dokumenter i form av avisartikler, diverse markedsføringsmateriell, interne skriv og etikkregler for bransjen. Den primære datakilden kvantitativt er tallgrunnlaget fra den gjennomførte spørreundersøkelsen.

De tema og vinklinger intervjuene frembrakte, fikk også en korrigerende innvirkning på oppgaven. Jeg ønsket i størst mulig grad en *realitetsorientering* vedrørende det feltet jeg begav meg i kast med. Ettersom jeg vet at mange har god kjennskap til meglerbransjen, besto

utfordringen i å få den frem i lyset ved hjelp av de metodene og ressursene som stod til disposisjon.

### **3.2. Kvantitativ metode**

Som *enheter* var formålet å velge de som i størst mulig grad har erfaring med meglernes praksis. Derfor falt utvalget på *kjøpere og selgere av bolig*. Avgrensingen i forhold til enhetene ble de som hadde omsatt bolig innenfor bergensregionen i løpet av desember 2001 og januar 2002. Spørreundersøkelsen ble mottatt av rundt 120 kjøpere og selgere av bolig, hvorav halvparten svarte og returnerte skjemaet. Etter å ha tatt kontakt med Tingslysningsskontoret hos Byfogden i Bergen og sendt dem en orientering om formålet med studien, fikk jeg tilgang til deres arkiv. Jeg hentet navn på kjøper og selger fra skjøter ved kontoret. Skjøtene arkiveres i systematisert rekkefølge i permer og mitt utvalg er hentet fra to permer. Utvelgingskriteriet var at en megler hadde vært involvert i salgsprosessen. Når det var oppført et ektepar eller samboere som kjøper eller selger, foretok jeg utvalget til adresselisten slik at kjønnsfordelingen totalt sett ble jevnfordelt. Jeg ønsket en jevnest mulig kjønnsfordeling, for å kunne vurdere om det forelå noen ulikheter mellom menn og kvinner i besvarelsen av spørsmålene. Det ble sendt ut spørreskjema til 70 kvinner og 67 menn. Fordelingen mellom kjøper og selger var henholdsvis på 70 og 67 personer.

For å forenkle arbeidet med adresselisten, satte jeg opp kjøper og selger i tilknytning til boligens gårds- og bruksnummer. Etersom postverket omadresserer post i ett år etter flytting, antok jeg at den nye eieren hadde flyttet inn og selgeren flyttet ut innen utsendelsen av spørreskjemaene. Slik nådde jeg både kjøper og selger på samme adresse. 137 spørreskjemaer ble sendt ut den 08.05.02, hvilket er 5-6 mnd etter bolighandelen. Jeg antok da at erfaringene fra bolighandelen ennå lå friskt i minne hos respondentene. Totalt svarte 58 respondenter av de 137 jeg sendte skjemaet til, og undersøkelsen nådde frem til 121 personer. Noe av frafallet forklares av at 16 spørreskjemaer kom i retur merket "ukjent adresse" fordi posten ikke nådde frem. En svarrate på 58 respondenter forteller at 48 % av de 121 som mottok skjemaene besvarte og returnerte dem.

Selve spørreskjemaet ble utformet på et enkelt dobbeltsidig ark. En hensikt med det korte spørreskjemaet var at størrelsen ikke skulle skremme respondentene fra å svare. En annet praktisk begrensning var at jeg ikke kunne sende mer enn et A4-ark i tillegg til svarkonvolutten

dersom jeg skulle komme innenfor minstetaksten på 20 gram. Jeg signerte også hvert spørreskjema for å få det mer personlig. Konvoluttene var merket med Universitetet i Bergens logo, hvilket bidrog til at de fremstod som ”offisielle”. Samtidig gav dette en legitimitet og trygghet for respondenten som forholder seg til en kjent institusjon. På selve spørreskjemaet ble det fremhevet at undersøkelsen var et uavhengig forskningsprosjekt, hvor det var helt frivillig for respondenten å delta.

### 3.2.1. Validitet og reliabilitet

Jeg plottet selv inn dataene i datamatriksen. Ettersom jeg hadde en del informasjon på skjøtene om hver enkelt respondent (alder, kjønn, kjøps/salgsbeløp, navn, med mer...), kunne jeg dobbeltsjekke de svarene som virket øyenfallende, samtidig som jeg i halvparten av tilfellene undersøkte hvorvidt det opplyste salgs-/ kjøpsbeløpet var korrekt. Ved å påføre et nummer på hvert svarskjema var det mulig å identifisere de enkelte respondentene etter adresselisten. Det faktum at jeg ikke kunne finne noen ”hytt og pine” besvarelser blant svarskjemaene, indikerer at respondentene tok undersøkelsen på alvor og svarte etter beste evne. To av respondentene hadde ikke oppgitt hvilket beløp boligen ble omsatt for, og i disse tilfellene hentet jeg denne informasjonen fra skjøtene. Blant annet kontrollerte jeg en 22-åring som oppgav å ha kjøpt en bolig til 2,9 millioner kroner, hvilket viste seg å være riktig. I de tilfellene det finnes et kriterium å sammenligne måleresultatene med, kan en vurdere målingens *kriterievaliditet* (Skog, 1998).

Jeg mener å ha hatt en rimelig god kontroll med dataenes pålitelighet eller reliabilitet ettersom jeg selv gjennomførte innsamlingen av dataene og kryssjekk mot skjøtene. Det er atskillig vanskeligere å vurdere hvorvidt dataenes gyldighet eller validitet er tilfredsstillende. Validitetsvurderingen står først og fremst i forhold til hvorvidt de dataene en har samlet inn er relevant for problemstillingene og oppgavens tema. Det sentrale spørsmålet blir da hva jeg prøvde å måle. Undersøkelsen hadde som formål å få frem hvilke holdninger og erfaringer boligselgere og boligkjøperer har med meglerbransjen og lokale meglere. Tillitsaspektet er et overordnet tema i oppgaven, og spørreundersøkelsen gav anledning til å undersøke hvilke inntrykk et mindre utvalg av kjøperer og selgere i bergensregionen satt igjen med i perioden like etter transaksjonen.

Dersom en studie har lav *konklusjonsvaliditet* innebærer dette at resultatene leder frem til feilaktige konklusjoner i forhold til hva som faktisk er tilfellet (Skog, 1998). I mitt tilfelle er

det åpenbart at 58 respondenter ikke er tilstrekkelig til å gi noen rimelig sikkerhet for representativitet. Utslag i et så lite tallmateriale kan skyldes tilfeldigheter. Et større statistisk utvalg ville fått tendensen i datamaterialet klarere frem, samt være mer sammenlignbar med et tilfeldig utvalg der en kjenner sannsynligheten for avvik i et representativt utvalg (Skog, 1998). Sannsynligheten for sterke avvik synker når utvalgsstørrelsen stiger. En bør derfor være forsiktig med hvor stor vekt en tillegger slike små undersøkelser, og analysen er begrenset til enkle univariate fremstillinger fordi datagrunnlaget er for svakt til å få frem strukturelle sammenhengene. Jeg mener likevel undersøkelsen bidro med flere interessante resultater når en ser på hvilke svar som kom frem på de enkelte spørsmålene og jeg vil i analysen ta med de klareste tendensene.

### **3.3. Kvalitativ metode**

For å få tilstrekkelig kjennskap til meglerbransjen, var det viktig å intervjuer de som jobber i tilknytning til feltet og innehar relevant kompetanse. Det viste seg at interessen og velviljen var god blant respondentene. Jeg fikk også en rekke nyttige tips og henvisninger i løpet av intervjuene. Den kvaliteten som intervjuer representerer med henblikk på levende og informativ kontakt, var en verdifull informasjonskilde. Intervjuene gav en god anledning til å få innsikt i hvordan respondentene selv vurderer sin egen bransje og aktører innenfor denne.

#### **3.3.1. Min fremgangsmåte**

Jeg gjennomførte et *prøveintervju* for å teste en intervjuguide og opptaksutstyret. Min erfaring var at forarbeidet gav bra resultater, og det meste foreløp som forventet under intervjuene. For å få en korrekt gjengivelse tok jeg opp alle intervjuene i sin helhet. Ved å bruke en minidisk og gjøre opptakene i stereo fikk jeg høy kvalitet på lyden. Slik kunne jeg tydelig høre det som ble sagt, hvilket gjorde det enkelt å transkribere samtidig som det gav god anledning til å få med seg hvordan respondenten varierte stemmebruken i løpet av intervjuet og dermed hvordan vedkommende fremhevet visse utsagn som særlig viktige.

*Intervjuguidene* hadde et enkelt oppsett hvor ulike temaer i tilknytning til problemstillingen ble trukket inn, delvis avhengig av hvordan intervjuet utviklet seg og hvilken kompetanse respondenten hadde. *Intervjudagboken* var viktig ettersom jeg i løpet av intervjuet noterte ned hva informantene la vekt på i stikkordsform, slik at jeg kunne vende tilbake til de senere i intervjuet. I intervjudagboken limte jeg inn intervjuguiden, og dagboken var praktisk å bruke i

etterkant av intervjuet for å se på stikkordene som hadde dukket opp. Intervjudagboka inneholdt også en kort beskrivelse av situasjonen, og her skrev jeg ned tipsene de informantene gjerne kom med før eller etter intervjuet.

I innledningen til intervjuet opplyste jeg vagt om problemstillingen som ”tillit i forhold til eiendomsmegling”. Hensikten med dette var å ikke legge for sterke føringer på informanten. Etersom de ulike punktene var dagsaktuelle og stod i forhold til hverandre, gled gjerne det ene temaet over i det andre, slik at det var forholdsvis enkelt å følge en rød tråd og unngå avbrudd. Selv om intervjuguiden inneholdt en del felles temaer som ble berørt i alle intervjuene, tilpasset jeg intervjuguiden til den enkelte respondenten i forkant av hvert intervju. I appendiks (se appendiks 7.3) er en av disse guidene vedlagt som eksempel.

Det største problemet i tilknytning til et av intervjuene var å finne et passende tidspunkt ettersom vedkommende reiste svært mye. Løsningen ble å gjennomføre et telefonintervju. Informanten var på forhånd satt inn i oppgaven og intervjuets formål ved at jeg informerte om dette via telefon, samtidig sendte jeg også en beskrivelse via e- mail. Intervjuene ble primært gjennomført på respondentens eget kontor eller møterom, hvilket jeg opplevde som en grei løsning ettersom det var trygge omgivelser for dem. Ved flere av intervjuene hentet respondentene frem diverse materiale fra ”kontorarkivet” sitt for å underbygge utsagn og belyse aktuelle problemstillinger. Finn Tveter ved Norges Eiendomsmeglerforbund viste et engasjement for studien ved å foreslå at jeg burde intervjuer Palle Ulstrup i Dansk Ejendomsmejerforening, og Tveter tok også kontakt med Ulstrup i etterkant av intervjuet. Intervjuet med Palle Ulstrup i Danmark fortonte seg svært åpenhjertelig så vel som engasjerende, og er et av de intervjuene jeg mener gav den videste belysningen av problemstillingen.

Respondentene kom i flere av intervjuene med forslag til hvem andre jeg burde ta kontakt med, men i flere tilfeller var disse de samme navnene som jeg allerede kjente til eller hadde på intervjuelisten. Jeg fikk tidlig i arbeidet med oppgaven avtalt et møte med Lars Gulbrandsen ved NOVA, og ut i fra de personene han anså som sentrale for temaet, hadde jeg flere gode innspill til aktuelle kandidater. Det viktigste kriteriet for en kandidat var blant annet at vedkommende hadde lengre erfaring med arbeid innen eller i tilknytning til bransjen. Tre av informantene har lederstillinger innenfor meglerrelaterte organisasjoner og hadde godt innblikk i hvilke overordnede utfordringer bransjen generelt står ovenfor. Dette gjelder Leif Tveter, direktør i Norges Eiendomsmeglerforbund (NEF), Palle Ulstrup, direktør i Dansk

Ejendomsmejerforening og Hildur Høyland, direktør i OBOS og styreleder i Eiendomsmejerforetakenes Forening (EFF). De andre jeg intervjuet er i hovedsak faglige ledere hos de største meglerforetakene i Bergen og hensikten var å få frem hva de oppfattet som aktuelle problemstillinger i forbindelse med dagens meglerpraksis. Jeg intervjuet faglige ledere ansatt ved meglerkontor med ulik organisatorisk tilknytning til finansinstitusjoner, boligbyggelag, og mer løst merkebaserte franchise -konsepter. Formålet var å få bedømme hvordan meglerens organisatoriske tilknytning hadde betydning for den strategien og imagen hver enkelt megler følte seg forpliktet til å overholde. På den ene siden hadde intervjuene med direktørene i de nasjonale meglerorganisasjonene til hensikt å belyse hvilke strukturelle utfordringer bransjen stod ovenfor, mens intervjuene med de faglige lederne i foretakene hadde til hensikt å få frem hvilke problematikk som møter dem i deres daglige utøvelse av yrket. Den følgende skjema gir en oversikt over informantene og når de ble intervjuet:

Stilling:	Navn:	Land/Stat:
Direktør, NEF	Finn Tveter	Norge 31/1-02
Direktør OBOS, og styreleder i EFF.	Hildur Høyland	Norge 31/1-02
*Direktør, Prognosesenteret	Bjørn Øye	Norge april 2002
Adm. direktør, OPAK	Hans Jacob Hansen	Norge 22/2-02
Salgssjef, Stor-Bergen boligbyggelag	Tone Osland	Norge 13/3-03
Bolig/salgssjef BOB (Bergen og Omegn Boligbyggelag)	Wenche Øyan	Norge 26/3-03
Trendanalytiker, Prognosesenteret	Gunn Helen Øye	Norge 22/2-02
*Kredittilsynet, spesialrådgiver	Johan Arnt Mettevoll	Norge juni 2002
Tidligere daglig leder i Gjensidige NOR eiendom, Bergen	Kjetil Strand	Norge 12/6-02
Styreleder. Notar, Bergen.	Erlend Innset,	Norge 7/5-03
Adm. Dir. EiendomsMegler1 Vest	Rune Hansen	Norge 7/5-03
Dagl. leder DNB Eiendom, Hordaland	Leif Kristian Garvik	Norge 12/5-03
Daglig/ faglig leder GARANTI	Asbjørn Myrstøl	Norge 7/4-03
Adv.fullmektig	Ernst Hansen	Norge 14/3-03
Direktør, DE- København	Palle Ulstrup	Danmark 21/2-02
Megler, EDC- København	Ulrich Rye	Danmark 20/2-02
Prof. New York University, Institutt for eiendomsmegling	Daniel Buffey	New York 15/2-02

\* Intervjuene er foretatt per telefon.

### *De sentrale respondentene*

Datainnsamlingen ble gjennomført i løpet av våren 2002 og våren 2003. De sentrale respondentene ble intervjuet noenlunde samtidig. Dette gjelder da direktøren i NEF – Finn Tveter, DE – Palle Utstrup og OBOS Hildur Høyland. Jeg ønsket ikke det skulle gå for lang tid mellom disse intervjuene ettersom respondentene har tilsvarende posisjoner innenfor bransjen. For å få et overblikk i forhold til de aktuelle problemstillingene innen bransjen intervjuet jeg først direktørene i bransjeorganisasjonene samt de andre respondentene med en god innsikt over de generelle forholdene og deriblant Hildur Høyland, direktør i OBOS og formann i EFF, Hans J. Hansen, administrerende direktør i OPAK (Byggebransjens Kompetansesenter), Bjørn Øye, direktør ved Prognosesenteret, og Johan A. Mettevoll, spesialrådgiver ved Kredittilsynets eiendomsavdeling. De første intervjuene bidro til å gi et overblikk over samtidsrelevante temaer som jeg videre tok opp våren 2003 i seks intervjuer med faglige og administrative ledere ved lokale meglerhus i Bergen. Den kvalitative innsamlingen ble hovedsaklig foretatt forut for den kvantitative spørreundersøkelsen som ble gjennomført senere på våren 2002. De intervjuene jeg gjennomførte våren 2003 rettet seg i større grad mot konkrete problemstillinger enn det som var tilfellet for de foregående intervjuene hvor formålet var å gi tilstrekkelig bakgrunnsinformasjon å jobbe ut ifra. Totalt ble det gjennomført 17 intervjuer, hvorav varigheten av selve intervjuene varierte fra ca 30 – 70 minutter, alt ettersom hvor omfattende intervjuguiden var og hvor utfyllende respondenten besvarte spørsmålene.

### **3.3.2. Min opplevelse av intervjusituasjonen**

En god del av respondentene siteres jevnlig i media og det gav et visst inntrykk av hva som kunne forventes fra de enkelte. For disse var dermed intervjusituasjonen en dagligdags hendelse som ikke fremstår som ukjent eller ”farlig”. Når jeg nevnte at arbeidet hadde sammenheng med en hovedoppgave ved en kjent institusjon, opplevde jeg dette som legitimerende og en portåpner som forenklet tilgangen til feltet. En slik legitimering var viktig ettersom noen av de intervjuede opplevde at bransjen ble ”angrepet” i media, og den kritiske dekningen bransjen mottok i riksdekkende medier var særlig dagsaktuell i det tidsrommet som noen av intervjuene ble gjennomført. Blant annet sendte NRK like i forkant av de to første intervjuene en utgave av aktualitetsprogrammet ”Brennpunkt” hvor en Oslobasert meglers håndtering av en bolighandel ble skildret svært kritisk. Programmet ble sett av hele 644 000

seere, hvilket gir ett inntrykk av publikums store interesse<sup>10</sup>. Dette programmet ble også nevnt i et av intervjuene.

Jeg startet alle intervjuene med å opplyse om at enkeltutsagn fra intervjuet eller intervjuet i sin helhet kunne trekkes tilbake dersom man i ettertid ikke var komfortabel med situasjonen. Behovet for en opptager ble begrunnet ut ifra praktiske hensyn og med at den intervjuede skal kunne være sikker på å bli riktig sitert. Det å gjøre den intervjuede komfortabel med intervjusituasjonen var svært viktig, og det varierte derfor noe hvor tidlig opptageren ble satt på og selve intervjuet begynte. Jeg nevnte også at de etiske reglene som ligger til grunn for samfunnsvitenskaplig forskningsarbeid er forholdsvis strenge. Jeg oppfattet dette som nødvendig ettersom det i et av de første intervjuene ble stilt spørsmål med hva som skilte mitt intervju fra et journalistisk intervju. Noen av informantene hadde ikke så gode erfaringer med journalister og i etterkant av intervjuene gav de uttrykk for at de hadde ytret seg friere enn hva de gjorde i journalistiske intervjusituasjoner. En del interessant bakgrunnsinformasjon ble også gitt på vilkår om at denne ikke ble sitert i oppgaven, og jeg sitter igjen med et inntrykk av at respondentene i intervjusituasjonene gav til kjenne sine holdninger og erfaringer.

Hvorvidt respondentene er oppriktige i intervjusituasjonen vil være avhengig flere forhold. Det er rimelig å anta de intervjuedes presentasjon av saksforhold har vært preget av deres egne posisjoner og interesser, men dette er i begrenset grad problematisk fordi jeg hovedsakelig bruker utdrag fra intervjuene til å understreke generelle poeng og problemstillinger innad bransjen. Selv om en kan forvente en partisk fremstilling av saksforholdene, er det rimelig at de problemstillingene informantene tar opp også representerer reelle problemstillinger, og slik signalisere at bransjen tar disse forholdene på alvor. I analysen kommer jeg inn på hvilken innflytelse meglerhusenes organisasjonsmessige tilknytning har på den forpliktelsen de ansatte og meglerkontoret opplever ovenfor sin ”moderorganisasjon”. Hellevik (1994) skiller mellom informantintervju hvor respondenten anvendes som en informant og caseintervju hvor spørsmålene har til hensikt å avdekke respondentens holdninger. Jeg har benyttet informantintervju hvor hovedformålet er å sentrere en rekke tema, mens man i caseintervju vektlegger personen posisjon og hvilke implikasjoner dette har. Ved å bruke respondenten som en informant fikk jeg blant annet kjennskap til deres syn på hvilke strukturelle utfordringer bransjen står ovenfor, noe som er viktig ettersom oppgaven i stor utstrekning opererer på et institusjonelt nivå.

---

<sup>10</sup> Jf. NRK ”Brennpunkts” internettside, 15/12-2003.



### **3.4. Sekundære kilder. Avisartikler, Internettssider, interne skriv og dokumentkilder.**

#### *Avisartikler*

Bergens Tidende (BT) har tatt opp problematikken rundt meglerpraksis. Dette gjelder spesielt noen artikler vedrørende meglerhusene Notar og WEB som ble publisert i den perioden respondentene mottok spørreskjemaet. Jeg har fulgt med på BT sine artikler om boligmegling i fra høsten 2001, og arkiverte en del av artiklene. Denne innsamlingen fortsatte frem til juni 2003. Når det gjelder meglernes markedsføringsannonser som nevnes i oppgaven, ble de rykket inn i mellom høsten 2001 og oktober 2003. På NEF sin internettside kunne jeg blant annet lese deres etiske regler og få et inntrykk av hvilke temaer de vektlegger.

#### *Interne skriv*

Hos Dansk Ejendomsmejerforening fikk jeg noen interne skriv som var av interesse. Jeg fikk også tilgang til deres database som er tilgjengelig via internett. Jeg mottok data fra Stor-Bergen og VESTBO som gir en oversikt i forhold til oppnådd pris på leiligheter tilknyttet deres borettslag. Etersom Stor-Bergen og VESTBO er forretningsfører for alle boligene som omsettes i deres tilknyttede borettslag, har de et tallmateriale som viser hvilke beløp de ulike meglerhusene oppnår for boligene. Dette tallgrunnlaget gjorde det mulig å kategorisere boligene med hensyn til de egenskapene og den beliggenheten de har. Uten denne muligheten blir en sammenligning av oppnådde priser vanskelig ettersom det ville gitt alt for få holdepunkter med hensyn til boligmarkedet som kjennetegnes ved å være et heterogent marked (Englund, 1998). Selv om Stor-Bergen med sin megleravdeling og VESTBO ved sin meglerkjede GARANTI står i et konkurranseforhold til Notar med hensyn til boligmegling, oppfatter jeg ikke dette som problematisk i forhold til tallene jeg mottok.

### **3.5. Analysemetode**

Under transkriberingen av intervjuene merket jeg av de sentrale punktene og systematiserte stikkord i et ruteskjema hvor jeg hadde oversikt over hva som ble fremhevet i de ulike intervjuene men hensyn til de felles temaene jeg tok opp i alle intervjuene. I tillegg var det nyttig å skille ut den informasjonen som var særlig relevant i forhold til oppgavens

problemstilling. Ved noen tilfeller viste respondentene interesse for oppgavens teoretiske grunnlag og bidro med nyttige analytiske poeng. I metodelitteratur fremheves det hvor sentralt det er å ikke vente for lenge med å ta i bruk det analytiske blikket: Det er viktig at en begynner analysen på et tidlig tidspunkt og får et bevisst forhold til det teori og empiri (Kvale, 2001). Jeg planla hovedpunktene i analysekapittelet ut i fra hva jeg forventet å finne og hva jeg fant i den tidlige fasen av datainnsamlingen. Selv om mye ble forandret, representerte dette en bevisstgjøring av hvordan teorien kunne anvendes analytisk. Kvale (2001) omtaler forholdet mellom teori og empiri som en ”runddans”, hvilket også er en treffende beskrivelse av mitt arbeid med oppgaven.

Analysen opererer både på et strukturelt og et tilnærmet individuelt nivå. På det strukturelle nivået var målet å komme frem til generelle problemstillinger innad bransjen. På det individuelle nivået var det interessant å blant annet få frem de erfaringene og den opplevelsen hver enkelt har fra meglerbransjen. Gjennom intervjuene fikk jeg et inntrykk av hvordan de administrative lederne i meglerhus oppfattet den pågående omtalen i lokalmedia ved at medias dekning av bransjen var et viktig tema.

I spørreundersøkelsen gav kjøpere og selgere av boliger i bergensregionen til kjenne sine holdninger og erfaringer relatert til enkeltmeglere og bransjen generelt. For å analysere dataene fra spørreundersøkelsen brukte jeg statistikkprogrammet SPSS for å gjengi materialet i enveis- og toveis tabeller.

## 4. Analyse

Analysekapittelet er delt inn i fire delkapittel. Den første delen er en kort innledning om risikoen ved boligomsetning og hvilke funksjon meglerinstitusjonen har. Her behandler jeg også hvilke hindringer som kan komme i veien for at megler ivaretar kjøper og selgers interesser. Videre henviser jeg til noen sentrale funn i en amerikansk studie som vurderer hvilken innvirkning megleren har på pris, og jeg avrunder delkapittelet med å se dette i forhold til et utvalg av empiriske data fra det lokale boligmarkedet.

Den andre delen tar for seg institusjoners og konvensjoners mulige innvirkning på meglers praksis. Denne innledes med en begrunnelse av behovet for en analyse av institusjonene og konvensjonene. Avsnittet om lovverkets detaljdybde har til hensikt å få frem forskjellene mellom de juridiske rammebetingelsene som omgir det norske og danske meglersystemet, og undersøke om dette kan ha betydning for opinionens kritiske holdninger til meglerne. Den påfølgende delen belyser hvorvidt det er hensiktsmessig med en klarere definisjon og identifikasjon av hva som er meglers rolle. Dette står i relasjon til det forrige temaet, som tar for seg i hvilken grad meglerne har behov for konkretiserte forskrifter. Den neste delen går kort inn på behovet for byggteknisk kompetanse. Deretter følger utdrag fra en studie som kom frem til at endringer i lovverket, og de konsekvensene dette medførte for meglers rolle, resulterte i endrede relasjoner mellom megler, kjøper og selger, samtidig som prisene og kjøpers søketid ble påvirket. Avsnittet om selgerrepresentasjon versus kjøperrepresentasjon står i sammenheng med den forannevnte studien og er en drøfting av hva som er det mest hensiktsmessige forholdet mellom megler og kjøper/ selger. Avsnittet om auksjonssystemer for eiendommer tar for seg forskjellen på den norske og danske budrunden, samtidig som jeg trekker frem en australsk studie som tyder på at auksjonssystem oppnår høyere priser enn private forhandlinger. Det neste avsnittet om belønningssystemer for meglere tar for seg de ulike synene som i dag er rådende innenfor norsk eiendomsmegling og inneholder en kort drøfting av positive og negative konsekvenser det nåværende og alternative belønningssystemer. Avsnittet om meglerhusenes salgsstrategier overfor boligselgerne tar for seg betydningen av korrekte og ærlige salgsmetoder. Avsnittet om meglerhusenes organisatoriske tilknytning viser hvilken forpliktelse dette båndet skaper og hvordan blant annet boligbyggelagene har et fortrinn for å etablere varige relasjoner.

I noen av intervjuene kom det frem at respondentene opplever at bransjen har vært igjennom et yrkesetisk generasjonsskille, hvor dagens meglere til dels innehar andre holdninger enn

tidligere meglere. Det siste avsnittet handler om etableringen og etterlevelsen av etiske standarder.

Den tredje delen av analysen tar for seg informasjonsspredning og tillitsdannelse, mens den fjerde delen belyser indikasjoner på mistillit.

#### **4.1. Risiko ved boligomsetning og behovet for tillitsverdige meglere**

I det følgende avsnittet vil jeg kort beskrive eiendomsmarkedet og transaksjonens spesielle karakter, for deretter å diskutere hvilke implikasjoner dette har med hensyn til risikoen for svik eller svikt fra motpartens side. Dette er viktig å diskutere ettersom boligmarkedets unike karakter skaper et sett av relasjoner mellom partene som har betydning for den risikovurderingen og de forventningene hver enkelt knytter til de involverte partene. For å sette den forannevnte problematikken inn i en konkret kontekst er det hensiktsmessig å samle dette i en problemstilling:

*Hva er det ved boligmarkedets særegenheter som kan skape usikkerhet omkring motpartenes vilje og evne til å ivareta ens egne interesser og dermed påvirke den risikoen aktørene opplever?*

Som diskutert i avsnittet om *Et heterogent marked* (Se avsnitt 1.3), skiller boligmarkedet seg ut gjennom sin heterogenitet og enkeltaktørenes sjeldne inntreden på markedet. Disse faktorene skaper usikkerhet hos både selger og kjøper. Hvilke følger har disse rammebetingelsene for at kjøperen kan forvente svik eller svikt fra selger side? Kjøper frykter at selger ikke gir tilstrekkelige opplysninger om eventuelle mangler ved boligen. Dette baserer seg på en forventning om at selger ønsker å oppnå en høyest mulig pris, slik at lyst til å overholde opplysningsplikten reduseres. De fleste kjøpere er på sin side klar over at det er svært kostbart å eventuelt rettsforfølge slike mangler i etterkant av kontraktinngåelse. Om en skal dømme ut ifra det betydelige antall tvister som etter hvert har oppstått i forbindelse med boligkjøp, er mangler ved boligen en av de viktigste grunnene til konflikter mellom kjøper og selger i etterkant av salget.

Men hva med den motsatte problematikken? Hvilke følger har eiendomsmarkedets rammebetingelser for at selgeren kan forvente svik eller svikt fra kjøpers side? Fra selgers

side vil de største risikoene kunne være faren for å ikke få betalingen, eller at en ikke får tak i den mest betalingsvillige kjøperen. Samtidig vil faren for å kunne bli stevnet i etterkant av salget sannsynligvis vil motivere selger til å opptre rederlig. Dersom det viste seg at kjøperen ikke hadde betalingsevne, går gjerne nyhetsverdien tapt i de tilfellene hvor boliger må legges ut igjen for salg. Fordi tapt nyhetsverdi ofte gir lavere salgsbeløp, er det viktig at salget går i orden ved første anledning.

#### **4.1.1. Meglerinstitusjonens funksjon**

I det følgende vil jeg belyse den nevnte problemstillingen ved å beskrive utviklingstrekk innen meglerbransjen. Et tema jeg ønsker å gå nærmere inn på er årsaken til den økte bruken av meglertjenester.

Går man noen få tiår tilbake besto meglerbransjen i langs større utstrekning av mindre og selvstendige advokatkontorer. Den gradvise profesjonaliseringen og kjededanningen bransjen har gjennomgått i løpet av de siste tiårene, sikrer større enheter hvor det er opparbeidet rutiner for gjennomføring av de kritiske momentene i salgsprosessen. Problemer i forbindelse med at mindre aktører kunne gå konkurs er dermed ikke like aktuelle, men det er viktig å understreke at kjøper og selger trenger å føle seg sikker på at transaksjonen sikres ved at boligen overdras kjøper som avtalt og betalingen mottas av selgeren. Mens det sent på 80-tallet og tidlig på 90-tallet ennå var relativt vanlig å selge bolig på egen hånd, var dette nærmest utenkelig et knapt tiår senere. Dermed kan vi trygt si at meglerbransjen har institusjonalisert sin posisjon som et ”naturlig” mellomledd når en skal selge eller kjøpe bolig. Det å selv stå for salget av en bolig vil i dagens marked nærmest fremstå som et risikofylt sjansespill. Boligmarkedets heterogene karakter gjør det vanskelig å treffe riktig målgruppe med de rette virkemidlene. Av disse grunnene fremtrer det som fornuftig å overlate slike betydningsfulle oppgaver til en aktør som antas å være profesjonell. Den økte konkurransen mellom stadig flere meglere er kanskje først og fremst en positiv utvikling for *selgerne* ettersom de kan invitere flere ulike meglere og la dem konkurrere om oppdraget. Utvalget av tilgjengelige meglere i de større byene er forholdsvis stort og slik sett har selgerne aldri hatt flere muligheter enn i dag. Samtidig har markedsføringsinnsatsen til de ulike meglerhusene medført at boligene er synlige både i dagspressen og på internett. Denne økte tilgjengeligheten har forenklet kjøpers søkeprosess.

Et viktig spørsmål er hvilke funksjoner ved meglerinstitusjonen som kan være med å redusere faren for svik og dermed skape tillit i forholdet mellom megler, kjøper og selger. NEF sin klagenemnd er en instans som har til formål å ta imot klager på meglerne fra misfornøyde selgere. Selger kan i de tilfellene hvor megleren er tilknyttet NEF oppfatte en slik klagenemnd som en sikkerhet for at megleren vil ivareta hans interesser, samt overholde lovverket og bransjens etiske regler. Selger kan også oppleve trygghet ved at faren for å mislykkes med markedsføringen av boligen reduseres når en benytter seg av en megler. Bruk av et opplysningsskjema hvor selger på en rekke områder må oppgi en beskrivelse av boligen og eventuelle mangler, bidrar også til å redusere meglers risiko og sannsynligheten for at det skal oppstå tvister i ettertid rundt forhold selger kunne ønske å skjule. Opplysningsskjemaet og selgers oppfølging av sin opplysningsplikt er viktig for å opprettholde et tillitsforhold mellom partene og reduserer både kjøpers og meglers risiko, samtidig som selger øker sannsynligheten for å unngå tvister i etterkant av salget. Kjøper kan oppleve redusert risiko ved å forvente at megler ivaretar han eller hennes interesser igjennom å få selger til å gi en sannferdig beskrivelse av boligen uten å holde tilbake opplysninger om mangler vedkommende kjenner til.

Det er videre grunn til å anta at konkurransen innad bransjen både fører med seg gunstige og problematiske effekter med hensyn til hvordan publikum vurderer meglernes tillitsverdighet. Et positivt aspekt for kjøper og selger er den enkle tilgjengeligheten det er på informasjon om boligmarkedet. En alminnelig forestilling er at konkurranse mellom markedsaktører kan virke disiplinerende, og det er grunn til å anta dette også vil være tilfellet innenfor meglerbransjen.

### *Bransjens imageproblem*

Et mer problematisk utviklingstrekk som kan synes å utgjøre et imageproblem for bransjen, er den tydelige overvekten av unge mannlige meglere med en relativt homogen selgerstil. Den økte oppmerksomheten bransjen nå er gjenstand for kommer delvis som en følge av at den etter hvert har vokst seg svært stor, men også på grunn av dens unge karakter, og et høyt arbeidstempo. Behovet for nyrekruttering har vært stort som en følge av bransjens kraftige vekst. Til tross for det råder en generell mistenksomhet rundt meglerstandens ”jet-set image”, viser det seg at de aller fleste boligselgerne benytter seg av meglernes tjenester. Frykten for hva som kan skje dersom man lar være å selge igjennom megler ligger alltid i bakgrunnen.

### *Hvorvidt kan eller vil megler hindre at selger sviker kjøper*

Selger kan unnlate å opplyse megler om mangler ved boligen slik at dette ikke kommer til kjøperens kjennskap. Da behøver bare selgeren unngå å være tilstede på selve visningen og la megleren gjøre jobben, mens han spekulerer i at kjøperen ikke kommer til å avdekke mangelen innen rimelig tid eller vinne frem i en eventuell rettslig konfrontasjon. Skillelinjen mellom hva selger burde og ikke burde kjenne til av mangler er gjenstand for skjønn og denne grensesonen kan selger i sin "uvitenhet" utnytte ovenfor kjøper. I noen av intervjuene kom det frem at det forekommer "lure" selgere som ovenfor megler spekulerer i å holde tilbake viktig informasjon om mangler. Det er sannsynlig at en dyktig megler i noen situasjoner vil kunne skjønne at en selger holder tilbake viktig informasjon og gjøre det klart for vedkommende hvilke konsekvenser det kan få. Dette ville redusert kjøpers risiko. I de tilfellene hvor megler på grunn av hard konkurranse "ser igjennom fingrene" med slik opptreden eller ikke greier å gjennomskue selgers spill, kan meglers tilstedeværelse som en profesjonell representant i visningssituasjonen representere en falsk trygghet overfor kjøperen.

### *Meglernes interesse av å svike selger*

For å belyse hva som kan hindre megler i å ivareta selgers interesser ønsker jeg å trekke frem et tilfelle hvor en megler hos Notar i Bergen håndterte et hybelsalg. Selger ble svært overrasket når han fikk vite at av de 170 000 kr hybelen ble solgt for, tok meglerhuset hele 50 000 kr i betaling for å gjøre jobben. Bergensavisen gav den 28.08.2001 en fyldig dekning av saken. Både forbrukerrådet i Bergen ved Janne Pedersen og formann i Norges Eiendomsmeglerforbund, Anne Christine Grime, hevder i artikkelen at megleren i dette tilfellet ikke burde ha anbefalt selger å benytte den dyreste markedsføringspakken. Den unge megleren fremhevet at han hadde opptrådt i tråd med meglerhusets sedvanlige praksis:

"Jeg råder mine kunder til å ta den markedsføringspakken som vil gi flest mulige interessenter. Når objektet har så lav verdi, er det viktigere å dra ut mest mulig av markedet for å få en så høy pris som mulig" (BA, 20.08.01).

Markedspakkene har ulike priser og tidligere ansatte ved Notar uttrykker følgende: "Kommer du tilbake fra en kunde med den billigste pakken noen ganger, risikerer du å få klar og høylytt beskjed om at du er en dårlig selger" (BT, 18.12.01). Tatt i betraktning Notars strenge fokus på høy omsetning og maksimal pris, blir det forståelig hvorfor megler opptrådte slik i han gjorde i denne situasjonen. Et slikt pressende system vil nok kunne gi en lavere terskel for å anbefale den dyreste markedsføringspakke overfor kunden. For det første stilles det altså forventninger til megler om å selge den dyreste markedspakken. For det andre er meglers lønn resultatbasert, og megler har dermed økonomiske fordeler av å oppnå en høyest mulig

salgspris. For det tredje er Notar den meglere som i størst utstrekning igjennom sitt markedsmateriell fremstår som selgers mann når det gjelder å få høyest mulig pris. Hvis megler skal kunne oppfylle et slikt krav, taler det også til fordel for denne kostbare markedspakken. Det er grunn til å hevde at megler så vel bevisst som ubevisst kan bidra både til å redusere og også øke den risikoen kjøper og selger løper i forbindelse med bolighandel. Samtidig er kjøper og selgers opptreden er av stor betydning for at den andre partens interesser skal kunne ivaretas.

Williamsons transaksjonskostnadstilnærming belyser hvordan meglerinstitusjonen kan redusere den delen av transaksjonskostnadene som er knyttet til kontraktsrisiko ved å redusere faren for opportunistisk opptreden. Den komparative effektiviteten til ulike styringsmodeller varierer med det institusjonelle miljøet på den ene siden, og med egenskapene til de økonomiske aktørene på den andre:

”Transaction cost economics (1) concurs that adaption is the central problem of economic organization, (2) regards adaption of both autonomous and cooperative kind as important, (3) maintains that whether adaptations to disturbances ought to be predominantly autonomous, cooperative, or a mixture thereof varies with the attributes of the transactions, and (4) argues that each generic form of governance – market - hybrid, and hierarchy – differs systematically in its capacity to adapt in autonomous and cooperative ways. A series of predicted (transaction cost economizing) alignment between transactions and governance structures thereby obtain. (Williamson, 1991)

Markedsrelasjoner styrt av kontrakter kategoriseres som hybridformer. Transaksjonene vil ut i fra dette perspektivet styres gjennom kontrakter hvis de er kjennetegnet av høy ”asset specificity”, usikkerhet og lav frekvens ved få bytterelasjoner. Eiendomstransaksjoner kan plasseres i denne kategorien, da det er store usikkerhetsmomenter ved huskjøp. Hvert hus er spesielt (asset specificity) og kjøpsforholdet er en enkeltstående relasjon. Williamson (1979) antyder at bruk av tredjeparter kan være en løsning når en har høy ”asset specificity” og sjeldne transaksjoner mellom partene. Kjøper kan frykte at selger ikke opplyser om alle de manglene han eller hun kjenner til. En av meglernes viktigste oppgave ovenfor kjøper er å sørge for at selger er gjort tilstrekkelig oppmerksom på sin opplysningsplikt. Meglerne kan bidra til å redusere risikoen for opportunistisk opptreden fra selgers side ved å tydeliggjøre selgers ansvar. NEF kan blant annet bidra til at meglere er klar over denne problematikken ved å aktualisere den i meglerutdanningen og i deres medlemsblad.

Om vi juridisk ser på meglers hovedoppgave er den først og fremst å opptre som en mellommann i forhold til kjøper og selger. Som jeg innledningsvis har nevnt pålegger *Lov om*



*eiendomsmegling § 3.1* megler å utøve *omsorgsplikt* ovenfor begge partene. Selv om meglertittelen i seg selv underbygger en forestilling om en balansert rolle, mener jeg det ut i fra dagens meglerpraksis er grunnlag for å omtale den reelle rolleutførelsen som en *salgsorientert meglerrolle*. Dette kommer blant annet frem ved at meglerne ser det som et overordnet mål å oppnå høyest mulig pris for selger. Da det er sannsynlig at markedet over tid vil få informasjon om meglere som opptrer opportunistisk, vil dette representere et korrektiv det blir viktig å følge fordi det er hard konkurranse om kundene. Dette forutsetter en viss informasjonsflyt om praksiser av en opportunistisk karakter, og det er grunn til å anta at det vil ta tid før flere får kjennskap til meglere eller meglerhus som opptrer i strid med kjøper eller selgers interesser. Det er mulig at behovet for å konkurrere om kundene i et åpent marked reduserer faren for opportunistisk opptreden fra meglernes side. Mens kjøper og selger sjelden er involvert i en boligtransaksjon, vil megleren kontinuerlig operere på boligmarkedet og derfor ha en egeninteresse av å opptre slik at han opprettholder et godt personlig rykte og samtidig ivaretar meglerhusets uttalte verdier. Begrensninger rundt for hvor mange som får informasjon om opportunistisk opptreden kan gi et spillerom for dem som ser seg tjent med å utnytte gråsonene i tilknytning til en boligtransaksjon. Dersom en opportunistisk praksis ikke gir et dårlig renommé i boligmarkedet, vil det kun være de involverte partene som kjenner til hvem som benytter seg av slike virkemidler. Det er derfor ingen automatikk i at markedet vil bidra til å svekke dem som opptrer opportunistisk.

#### **4.1.2. Meglers betydning for pris**

En studie fra USA konkluderer med at: "Real estate agents are able to reduce search time for virtually all classes of consumers" (Zumpano, 1996:172). Her fremheves meglers hovedkvalitet som å være et effektiviserende mellomledd for kjøper og selger. Et sentralt funn i studien er at megler ikke har noen innvirkning på prisen som oppnås: "The real estate broker has no appreciable, independent impact on selling price" (Zumpano, 1996:169). Grunnen til at det oppnås høyere pris ved bruk av megler, er at kjøperne som benytter en megler tjener bedre enn de som ikke gjør det (Zumpano, 1996). Det vil derimot være rimelig å anta at en megler som gjør en god jobb vil kunne bidra positivt til at hele salgsforløpet gjennomføres etter gjeldende regler og normer. Vi kan allikevel ikke trekke noen generelle slutninger om at dette nødvendigvis vil medføre en høyere pris på boligen, men at den faglige kompetansen kan gi både selger og kjøper en større trygghet enn det de ville opplevd uten megler som mellomledd. Ettersom et av de aller viktigste ønskene til både selger og kjøper vanligvis vil

være å redusere sin egen risiko, kan en velfungerende megler opptre som et risikoreduserende mellomledd, som også gjør det mulig for partene å forhøre seg med en profesjonell tredjepart.

Det er svært vanskelig å sette noen verdi på denne tryggheten, men jeg tror en av de viktigste årsakene til at selgere bruker megler ikke er at de forventer en høyere pris, men først og fremst fordi de bedømmer sin egen kompetanse som å være for svak til å gjennomføre bolighandelen. Tatt i betraktning at dette er et av de aller største kapitalkjøpene en privatperson foretar, vil ønsket om trygghet stå svært sentralt. Megler forventes å forenkle hele prosessen og minimere den risikoen de flest selgerne ikke vil bære selv. Jeg mener den sterke og ensrettede fokus noen meglerhus og meglere har rettet mot at hovedmålet er ”høyest mulig pris” bør vurderes kritisk, og det er god grunn til å stille spørsmål ved om ikke noen meglere her misforstår sin rolle.

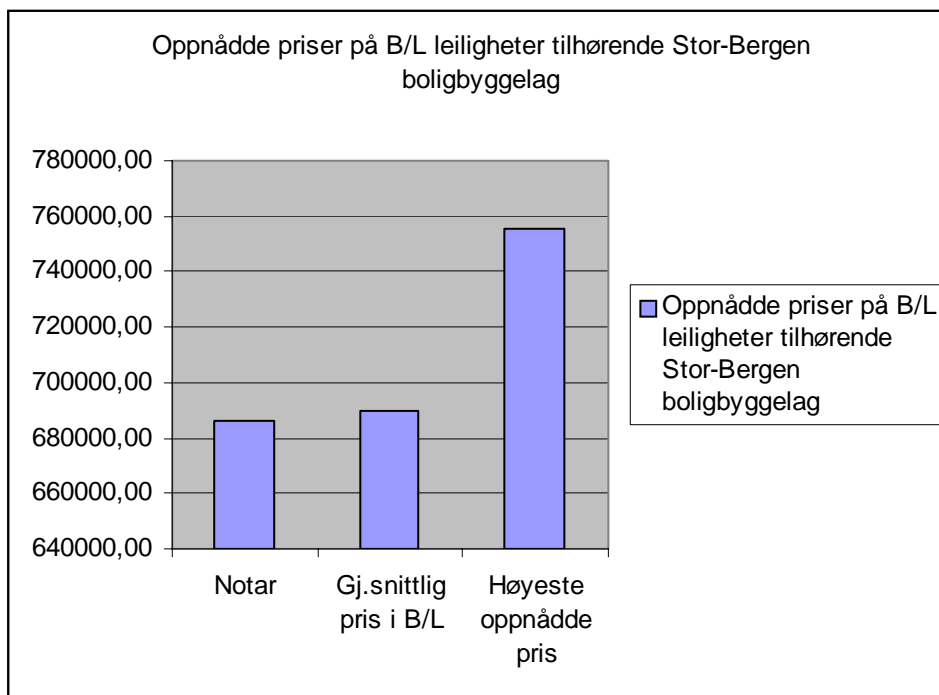
#### **4.1.3. Et utvalg av oppnådde priser**

Jeg vil nå se nærmere på hvilke priser Notar har oppnådd i borettslag tilhørende Stor-Bergen og Vestbo, og på grunnlag av dette vurdere hvorvidt Notar oppnår høyere priser enn sine konkurrenter.

Stor-Bergen Boligbyggelag (S-B) har som forretningsfører oversikt over til leiligheter som omsettes i tilknyttede borettslag, herunder hvilket meglerhus som står for de enkelte boligsalgene, og hvilken type bolig som selges og hvilke beløp de omsettes for. Jeg fikk tilgang til de nødvendige dataene fra S-B, og kunne ut i fra dette lage en grafisk fremstilling av hvilke priser de forskjellige meglere oppnår på tilsvarende leiligheter. Utvalget består i 49 leiligheter omsatt av Notar i løpet av 2002, og sammenlignes med hva de andre meglere oppnådde ved salg av ca 350 tilsvarende boliger<sup>11</sup> (Se Fig 2: Gjennomsnittlig pris i B/L). Boligene lar seg sammenligne ettersom leilighetene i de ulike borettslagene er gruppert med hensyn til størrelse og beliggenhet. De blokkleilighetene som inngår i sammenligningen utgjør en svært homogen type blokkleiligheter og har bare minimale variasjoner i standard. I figuren sammenligner jeg den gjennomsnittlige prisen meglere oppnådde med de prisene Notar fikk for tilsvarende leiligheter i samme borettslag.

---

<sup>11</sup> Se rådataene i appendiks 7.2 for nærmere spesifisering av beregningsgrunnlaget.

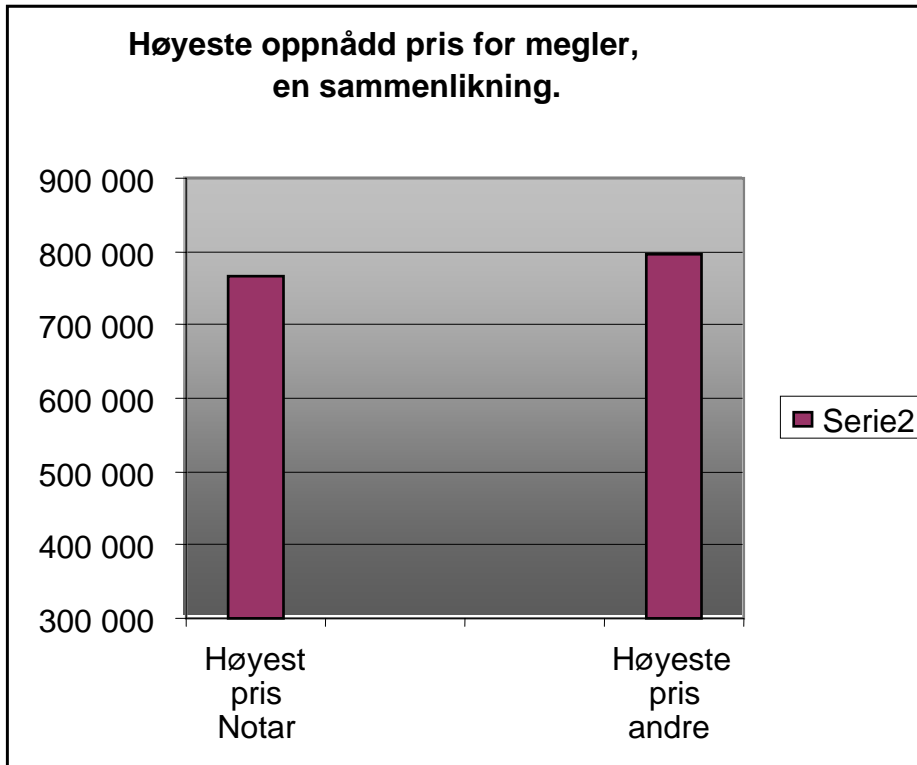


Figur 1: En sammenligning av oppnådde priser på leiligheter omsatt i Stor-Bergen sine borettslag.

De eksakte tallene:	”Oppnådd pris Notar”:	<b>686337 kr</b>
	”Gjennomsnittlig totalpris i B/L:	<b>690087 kr</b>
	”Høyeste oppnådde pris S-B”	<b>755 564 kr</b>

Sammenligner vi de to første søylene ser vi at Notar oppnådde 3750 kr mindre enn den gjennomsnittlige prisen andre meglere fikk for tilsvarende leiligheter (”Gj.snittlig pris i B/L”). Det bør bemerkes at beløpet på 3750 kr skiller seg så marginalt fra gjennomsnittet at det ikke kan tillegges noen betydning. Den gjennomsnittlige prisen Notar oppnådde (se den første søylen i fig. 2) kan også måles opp mot høyest oppnådde pris for tilsvarende leilighet i samme borettslag (se ”Høyest oppnådd pris”). Notar oppnådde dermed i gjennomsnitt 69 227 kr mindre enn det som var høyeste oppnådde pris på en tilsvarende leilighet i samme borettslag.

Jeg henvendte meg også til Vestbo (Vestlandske Boligbyggelag) for å se hvorvidt deres omsetningstall gav tilsvarende funn. Kriteriene for utvalg og sammenlignbarhet var de samme som de jeg gav til S-B. Utvalget er hentet fra seks forskjellige borettslag tilhørende Vestbo og baserer seg på 66 leiligheter omsatt i løpet av 2002. Her sammenligner jeg den høyeste prisen Notar oppnådde med den høyeste prisen konkurrerende meglerne fikk for en tilsvarende leilighet. Den følgende grafiske fremstillingen viser at de høyeste prisene Notar oppnår er noe lavere, men forholdsvis identiske med hva de andre meglerne oppnår. (Denne figur 1 er noe forskjellig fra figur 2 fordi tallmaterialet jeg mottok ikke lot seg fremstille på samme måte).



Figur 2: En sammenlikning av oppnådde priser på leiligheter omsatt i Vestbo sine borettslag.

Høyest pris Notar: 765 833 kr

Høyeste pris andre meglere: 796 667 kr

Omsetningsprisene fra S-B og Vestbo for 2002 støtter ikke Notars lovnader om å ”knuse gamle prisrekorder” (se kapittel 4.3.2, Reklame), men indikerer at Notar oppnår om lag de samme prisene som konkurrerende meglere. Dette er også i tråd med de empiriske studiene og den teoretiske forståelse jeg legger til grunn for denne oppgaven. Hvilken pris en oppnår for boligen avhenger hovedsakelig av egenskaper ved selve boligen og ikke hvilke megler som står for salget.

#### **4.2. Institusjoner og konvensjoners potensielle effekt på meglers praksis og klientenes tillit**

I forlengelsen av det forrige delkapittelet hvor jeg belyste partenes risikovurdering, vil jeg i dette delkapittelet ta for meg hvordan institusjonene kan sikre de rammebetingelsene som ligger til grunn for kjøp og salg av bolig. Følgende problemstilling undersøker dette: *Gitt at varen har en karakter som skaper usikkerhet, hvordan kan de involverte institusjonene*

*bidra til å redusere risikoen og skape tillit til transaksjonspartnerne i forbindelse med omsetning av bolig?*

Jeg vil belyse problemstillingen ved å undersøke forskjeller i det norske og danske lovverket og hvordan dette har resultert i ulike praksiser. Jeg tar også for meg en amerikansk studie som belyser betydningen av meglers relasjon til kjøper. Budrunden er en sosial konvensjon og jeg vil fremheve noen av de utilsiktede negative sidene ved norsk budpraksis i forhold til dansk budpraksis. Her er det relevant å sammenligne med en australsk studie som underbygger meglers opplevelse av at "auksjonseffekten" har en positiv effekt på det beløpet man får for boligen. Videre vil jeg belyse hvordan tillit kan misbrukes gjennom bevisste strategier anvendt av enkelte meglere for å få inn salgsoppdrag. Det er også relevant å se på hvilken betydning meglernes organisatoriske tilknytning har i forhold til å forplikte seg til å følge et overordnet sett av regler. Avslutningsvis belyser jeg indikatorer på en yrkesetisk endring innen bransjen, for så å vurdere hvilke mulighet bransjen har til å sikre at meglerne følger reglene.

#### **4.2.1. Lovverkets detaljdybde**

De formelle kravene lovverket stiller til eiendomsmegling ble nevnt i intervjuene med direktøren i den norske og danske meglerforeningen. Selv om det danske og norske lovverket vedrørende eiendomsmegling har vesentlige likhetstrekk, så går det danske mer i dybden og konkretiserer en rekke områder. Direktør i DE, Palle Ulstrup, gjorde det i løpet av intervjuet klart hvor stor vekt de la på konkretiserte handlingsregler: "Alt er avtalt, alt fremgår av lovgivningen ned til minste detalj... sågar som ned til hva som skal stå i avisene [mht boligannonser]" (21.02.02). Dette kommer blant annet frem i en "*bekendtgørelse vedr. lov om formidling af fast ejendom*":

"§ 9- 3 ledd: I salgsopstillingen skal der vedrørende udgifterne til vand, vandaflledning, el, gas og fjernvarme gives oplysning om prisen pr. enhed og den aktuelle årlige a conto-udbetaling hertil. Vedrørende udgifter til olie gives oplysning om sælgers seneste årsforbrug og udgifter hertil.

§ 10 – 2 ledd: Ejerudgiften første år specificeres i salgsopstillingen. Den omfatter samtlige ydelser forbundet med den foreslåede eller aftalte finansiering, den aktuelle ejendomsskat og de aktuelle udgifter til renovation, rottebekæmpelse, rensningsanlæg, skorsteinsfejning og olie/kemikalieaffald, til antenneforening, hybridnet, fællesanlegg og privat vej, til ejendomsforsikring, og til grundejer/ejerforening, herunder eventuelle udgifter til renholdelse og administrasjon, som ikke er indeholdt i fellesudgifter til grundejer/ejerforening, samt ydelserne på eventuelt gæld, som overtages af køber uden for købesummen, og sådanne andre udgifter som måtte påvile ejendommen". (Bekendtgørelse nr. 1091 af 12 december 1996)

Videre inneholder forskriftene en rekke konkrete krav til blant annet skattemessige beregninger og beregning av finansieringskostnader som megler plikter å følge. En konsekvens av slike detaljerte krav til omsetning av bolig er at de danske kjøpeavtalene inneholder betraktelig mer informasjon enn de norske. Dette vil en umiddelbart legge merke til når en sammenligner tykkelsen på en dansk og en norsk kjøpeavtale. Selv om et mer omfattende prospekt ikke i seg selv representerer noen sikkerhet, illustrerer dette et høyere kompleksitetsnivå innenfor det danske systemet sammenlignet med det norske. Innenfor organisasjonspsykologi, vil man understreke viktigheten av å ha et klart definert handlingssett som reduserer usikkerheten hos aktørene som deltar i prosessen (Fischer og Sortland, 1996). Dette er også en måte å minimere risikoen til kjøperen ettersom prospektet viser bokostnadene og finansieringskostnadene. Slik klargjøres utgiftene man kan forvente å få ved kjøp av en bolig. Ulstrup i DE begrunner nødvendigheten av et så nyansert lovverk: ”Det er store beløp for den enkelte borger å kjøpe hus. Det gjør han kun 3-4 ganger i løpet av sitt liv. Derfor er det viktig av det er velordnet!” (21.02.02).

Direktøren i NEF, Finn Tveter, poengterte i intervjuet behovet for en konkretisering av det norske lovverket: ”Om ikke lovene behøves å gjøre så mye med, så må det lages forskrifter som legger strammere rammer eller klarere rammer...” (31.01.02). Tveter vektla hvor sentralt det er med en konkretisering av hvilke krav som meglerforetaket og faglig leder plikter å følge. Han understreket også at det bør være en grense for hvor mange oppgaver som legges på megleren: ”Forbrukermyndighetene mener megler burde gjøre mye mer for å påvise mangler... fortelle kjøper hva han kan forvente av strømforbruk... det er ikke grenser for hva du kan kreve av megler...” (31.01.02). Et annet interessant poeng som kom frem i intervjuet med Ulstrup er hvor mye sterkere fokus vi i Norge har på selve salgsbeløpet: ”Folk i Danmark er mer fokusert på hva det koster å bo i huset, hva har jeg råd til? Hos dere er det jo en ren kontantpris og resten må kjøper stå for [finne ut av selv]” (21.02.02). Når kjøper på egen hånd må kalkulere de månedlige kostnadene ved å kjøpe og bo i boligen, er det rimelig å anta at muligheten for feilaktige overslag er større enn om megleren estimerer kostnadene på grunnlag av de nøkkeltallene selgeren oppgir. Det synes å være grunnlag for å hevde at en større detaljregulering av praksis også kan bidra til å redusere aktørenes risiko i tilknytning til omsetning av boliger. Det kan tenkes å bli enklere for aktøren å orientere seg i prosessen når usikkerheten er redusert til et minimum. I intervjuet med dir. Hansen i OPAK (Byggebransjens kompetansesenter) kom et tilsvarende syn til uttrykk:

”Hvis de [meglerne] skal få tilbake seriøsiteten så må de skape seg et sett av spilleregler. Ha faste rammer rundt dette, det tror jeg er helt avgjørende... først og fremst for å etablere et tillitssystem mellom partene. I Frankrike har de et helt klart definert system, så der er du sikret at det ikke skjer noe sjarlatanarbeid. Denne gjengen [meglerne i Norge] er jo helt ukompetente og ukvalifiserte... altså, de har ingen teknisk kompetanse. Du lurer jo folk til å kjøpe ting som ikke er beskrevet på en ordentlig måte. Når du kjøper en bil tar du en NAF-test, meglerne overser jo dette helt fullstendig. De sier bare ”her er’n, dere får ta den som det er”. (22.02.02)

Det er vanskelig å grunngi hvorfor slike kritiske holdninger kan synes å være utbredt. Det er viktig å understreke at opplevelsen av uklare rammebetingelser og en konsistent praksis i boligmegling kan oppfattes som negativt av aktører i bransjens omverden, og dermed representere en kilde til usikkerhet. Kanskje noe av årsaken til den generelle mistenksomheten bransjen synes å være eksponert for er at meglers tjenester gjerne vurderes som svært kostbar. Dette underbygges i en av de norske studiene: ”Vurderingen av forholdet mellom pris og kvalitet er ikke særlig gunstig. Vi tolker det slik at kundene ikke synes de får særlig mye igjen for beløpet som betales til megleren” (Gripsrud og Lindestad, 1998:27). Kunden kalkulerer ikke inn de omfattende kostnadene meglerhusenes markedsføring medfører, men baserer nok sine anslag på en antagelse om den arbeidstiden og de kostnadene som påløper megleren som en følge av det enkelte boligsalg. På den andre siden tyder beregninger gjort av ”*Dagens Næringsliv*” på at publikum delvis kan ha rett i at meglerne tar seg godt betalt: ”Beregninger viser at eiendomsmeglerne bruker 13-16 arbeidstimer på et vanlig boligsalg. 30 000 kroner for 15 timers arbeid utgjør 2000 kroner per time. Trekker man fra kostnader til arbeidsgiveravgift, kontorplass, telefon, og lignende, sitter meglerne likevel igjen med en timelønn på 1000 kroner timen” (Dagens Næringsliv, 15.01.04).

#### **4.2.2. Meglers Rolle**

Følgende sitat fra intervjuet med Dir. i EFF, Hildur Høyland, setter fokus de problematiske forholdene rundt dagens praktisering av meglerrollen:

”Det som er veldig viktig er å definere rollen! Som megler må du la være en del andre roller... enkelte meglere har selv gått inn og handlet [spekulert] og det må vi få slutt på. Det er en lovendring på gang... Å gå ut og inn og ta raske gevinster, det er ikke akseptabelt” (31.01.02).

Her etterlyses en klargjøring av meglerrollen. Man må ikke opptre som spekulant. Høyland etterlyser også en bedre balansert meglerpraksis: ”Bransjen vår har i mange år misforstått ved å si at vi har taushetsplikt, og gått rundt og beskyttet budgiverne våre [med lukkede

budrunder]. Rolledefinisjon og åpenhet er viktig. Alle må følge de samme reglene” (31.01.02). Her belyses behovet for institusjonaliserte normer og regler, noe Høyland relaterer til den enkelte meglers praksis: ”God meglerskikk har [alltid] vært et begrep innen eiendomsmegling... [det] sitter i ryggmargen til en erfaren megler” (31.01.02). Selv om praksis hos de aller fleste meglere med rimelighet må kunne antas å holde et forsvarlig nivå, er utvilsomt de institusjonelle rammene av betydning for å oppnå en forsvarlig praksis hos *alle* meglerne. Dette gjenspeiles i svaret på en problemstilling som oppstod under intervjuet: (Intervjuer): ”En kan kanskje si at lovverket gir visse gråsoner som noen kan spekulere i? (Respondent): Ja! Vi vil tette igjen og ha et klarere regelverk...” (31.01.02).

Et klarere rammeverk etterlyses også i intervjuet med Dir. Tveter i NEF: ”De [som henvender seg til megler] må vite hvem de snakker med. En advokat eller en kvakksalver? Det er en utpreget [overdreven] bruk av ”megler” [tittelen]...” (31.01.02). Mangelen på klare retningslinjer for hvem som kan benytte denne benevnelsen har vært med på å skape en del usikkerhet og for liten bevissthet i markedet om hva en tittel faktisk innebærer. Det kan tenkes det for enkelte ufaglærte vil være fristende å fremstå som kompetent og benytte seg av en tittel som en del kunder trolig betrakter som skjernet. ”Nå skal det bli en slutt på at hvem som helst kan kalle seg en eiendomsmegler eller megler. Titlene skal kun brukes på faglærte eiendomsmeglere” (Byavisa 14.08.02, refererer til en pressemelding fra NEF). NEF har et årsmøtevedtak på at man skal forbeholde tittelen ”eiendomsmegler” og ”megler” til de med eiendomsmeglerstudiet og to års praksis (NEFs nettside 01.05.03). Dette vil forøvrig kun gjelde for de som er organisert gjennom NEF, hvilket gjelder ca. 75 % av de statsautoriserte meglerne. Flertallet av meglerne er ikke statsautoriserte, så det er usikkert hvor stor innvirkning slike vedtak medfører. Ettersom faglig leder i foretakene ofte er en statsautorisert megler er det likevel rimelig å anta vedtakene vil ha en viss effekt. Det er også sannsynlig at de statsautoriserte meglerne opptrer som ressurspersoner ovenfor de andre meglerne i foretaket og dermed kan utøve innflytelse over andre megleres opptreden. Opp til nå har megler- tittelen vært åpen, men det arbeides med å få en lovbegrenset bruk av denne. Dette er trolig den mest effektive måten å komme problemet til livs på.

#### **4.2.3. Andre ressurspersoner. Hvem bør en lytte til?**

I et intervju med Daniel Boffey, som er ansvarlige for utdanningen av eiendomsmeglere ved New York University, kom det frem en interessant beskrivelse av boligmegleren:



”Altså... i sin natur vil gjerne meglere fortelle om de gode nyhetene og ikke de dårlige nyhetene. Så jeg vet ikke om alle tror meglere er helt ærlige... men jeg er ikke helt sikker på at kjøperen ville klandre megleren for det. Kanskje det er selgeren...” (15.02.02).

Det foregående sitatet mener jeg gir en god beskrivelse av en relativt vanlig oppfatning av megleren. Tilsvarende syn kom også frem i faglige tidsskrift hvor de poengterer verdien av objektive vurderinger fra en bygningskyndig tredjeperson. En bransjeavis for drifting av boligkomplekser, det vil si boligblokker og lignende, kommer med følgende råd i en artikkel om ”*Know What You’re Buying*”:

**“Don’t Look to the Broker-** After the seller, the next likely person that a buyer would look to for representation as to the condition of a given building or apartment is the broker. After all, the broker is a licensed professional with experience in these types of transactions. It is the broker who spends a lot of time with buyers and builds a personal relationship with the buyer in many instances. Unfortunately, for several reasons, the broker is not the best person to rely on. In many cases the broker will not have enough information...”. (The COOPERATOR – The Co-op & condo Monthly, nr. 7 – 2000: 31)

Artikkelen utdyper dette aspektet vedrørende mangel på informasjon som et fravær av teknisk kunnskap om den mangfoldige boligmassen i New York. Ettersom en så omfattende boligmasse er alt for differensiert og omfattende til at megler skal kunne gi noen tilstrekkelig tilstandsrapport, trenger en å ta i bruk fagkyndige på dette området:

**“Who Can You Count On-** The best prevail under such circumstances, buyers must be savvy enough to hire professionals who can assist them in discovering any adverse conditions that would affect their decisions prior to signing a contract of sale or at least prior to closing” (The COOPERATOR – The Co-op & condo Monthly, nr. 7 – 2000: 31)

Her hjemme tar kjøpere gjerne med en bekjent med byggteknisk innsikt på visningen. Det er vanlig at selge eller megler mener boligen bør vurderes av en takstmann, noe som kan være spesielt viktig når det gjelder eldre boliger. En takstmann er vanligvis en utdannet ingeniør med byggteknisk innsikt. Han vil både kunne bidra til at boligen fremstår som mer eller mindre attraktiv enn hva kjøperne ellers ville antatt, og kjøperne kan oppfatte en teknisk gjennomgang fra en uavhengig fagmann som en reduksjon av risikoen for å kjøpe en bolig med mangler. Jeg har ikke vurdert takstmannens funksjon i denne oppgaven, men vil poengtere at den både kan styrke og svekke tilliten potensielle kjøpere har til selger og megler.

Mitt inntrykk er at skylda i større grad legges på *megleren* her hjemme når det er snakk om problemer i sammenheng med omsetning av boliger. Det kan virke som om den norske

mediedekningen oftere plasserer ansvaret på megleren uten å nevne selgeren. Er denne nærmest utdelte skyldbyrden til en yrkesgruppe et særnorsk fenomen? Det kan tenkes at meglers uklare rolle som Hildur Høyland i OBOS nevner, kan være en mulig årsak til at noen av de forventningene som pålegges megler av media og publikum ikke er rimelige.

#### 4.2.4. Selgerrepresentasjon eller kjøperrepresentasjon?

Palle Ulstrup, Direktør ved Dansk Ejendomsmejlingsforbund påpekte i intervjuet at det i Danmark i 1994 ble gjennomført en lovendring hvor meglers lovplågte plikt til å opptre i en mellommannsrolle ble opphevet:

”Tradisjonelt er jo en megler en mellommann, men i Danmark er han ikke noen mellommann, det ble avskaffet i 1994. En megler er en av partenes mann! Typisk selgers mann, men det kan også godt være kjøpers mann. En skal vite at selgers megler kun ivaretar selgers interesser, og det er en vesentlig forskjell fra Norge, for i Norge har vi en mellommann. Jeg synes det var riktig at vi i Danmark fikk den lovgivningen som sa at ”du kan ikke tjene to herrer”. Jeg synes det er mer ærlig slik systemet er nå...”. (21.02.02)

I intervjuet med Bjørn Øye, administrerende direktør i Prognosesenteret A/S, kom det til uttrykk en skepsis til den norske mellommannsrollen:

”Begrepet ”megler” skurrer kanskje litt, for i meglertittelen forventer man jo nøytralitet. Jeg har veldig vanskelig for å kunne se hvordan en megler kan ivareta en nøytral posisjon når han så åpenbart er selgers mann...” (april 2002).

I intervjuet med Kjetil Strand, tidligere daglig leder for Gjensidige NOR Eiendomsmegling i Bergen, kom det til uttrykk en spissformulering jeg oppfattet som et relativt representativt syn på meglerpraksis innen bransjen: ”Man skal jo ikke tenke på kjøperen... i alle fall slik systemet er i dag” (12.06.02). Jeg finner det rimelig å beskrive boligmegling her hjemme som en salgsorientert meglerstil, og mener intervjuene og dagens praksis underbygger dette. Jeg vurderer en videre drøfting rundt hvilke kjennetegn som eventuelt ville kunne representere en ”riktigere” meglerrolle som utenfor oppgavens problemfelt, og nøyer meg med å understreke at den salgsorienterte meglerstilen er av stor betydning for praksis og de løsningene meglerne velger i boligmarkedet. Et spørsmål som reiser seg er hvilke betydning en mer balansert praktisering av meglerrollen ville kunne ha for tillitsdannelsen. Når megler i dag hovedsakelig representerer selger, er høyest mulig salgpris det viktigste målet. Det er da større sannsynlighet for at kjøper opplever en usikkerhet for hvorvidt hans interesser ivaretas.

Dersom en ønsker å beholde den nåværende selgerorienterte meglerrollen, kan det være grunnlag for å vurdere om en ikke i økt utstrekning bør klargjøre meglers rolle som en selgerorientert megler. Det ville være en måte å unngå at kjøpere går inn i prosessen med feilaktige forventninger om en mellommann som i like stor utstrekning ivaretar begge sider. Et alternativ til den selgerorienterte meglerrollen er en kjøperorientert meglerrolle. I det følgende vil jeg komme inn på erfaringer med denne meglerstilen.

### *Kjøperrepresentasjon*

Både i Danmark og New York tilbys det en meglertjeneste hvor kjøper kan oppsøke en megler spesialisert på å ivareta hans eller hennes interesser. Denne tjenesten har ikke vært noen nevneverdig suksess noen av stedene<sup>12</sup>. Dette kom blant annet til uttrykk i intervjuet med direktøren ved New York Universitetets avdeling for meglerutdanning, Daniel Boffey: ”Kjøperrepresentasjon er ikke veldig vanlig. Det fungerer ikke. Historisk har det alltid vært eieren eller selgeren som betaler” [for meglertjenesten] (15.02.02). Dette mener jeg er uttrykk for en konservativ holdning innenfor meglerbransjen, hvilket også gjør seg gjeldende på tvers av landegrensene. Som representanter for institusjonaliserte bransjerelaterte normer opptrer her Boffey som en systembærer, og utsagnet kan slik tolkes som et forsvar av status quo.

Tar vi derimot utgangspunkt i en amerikansk studie (Currell og Schrag, 2000), fremstår et megleregime basert på kjøperrepresentasjon som et godt alternativ. Det empiriske materialet artikkelen bygger på, viser at en i flere stater har hatt positive erfaringer med denne formen for megling.

“Changes in Georgia’s law... hastened the shift from the traditional seller’s agency regime... to a buyer’s agency regime, in which buyers hire agents who protect and promote their interests. The shift... led to a significant decline in real-estate prices in the market for relatively expensive houses, while real estate prices did not significantly change in the market for relatively inexpensive homes. In both markets, the average time to sell a house fell... a shift improves the efficiency of the search process”. (Currell og Schrag, 2000: 265)

Umiddelbart kan dette fremstå som lite attraktivt for boligselgere ettersom de i de øvre prissjiktene oppnådde lavere priser enn hva som tidligere var tilfellet. Artikkelforfatterne fremhever derimot at dette ikke er tilfellet: “The conclusion that all sellers were hurt by the change in real estate law must be tempered by a recognition that many sellers also are buyers; a

---

<sup>12</sup> Når det gjelder Danmark, kom dette frem i intervjuet med Palle Ulstrup i DE 21/02-2002. Ulstrup har også nylig i internettkorrespondanse (26/1-2004) opplyst at det har vært en økning i bruken av kjøpermeglere, men at denne tjenesten så langt ikke har vært noen større suksess.

homeowner who sells his or her house typically buys another” (Currell og Schrag, 2000: 265). Den relasjonen som oppstår mellom megler, kjøper og selger vil være av stor betydning for hvordan partene vil opptre som aktører i markedet.

“Our results indicates that the nature of the relationship between intermediaries and buyers and sellers has an important effect on the equilibrium that arises in the market. This conclusion raises the obvious question of what factors determine the nature of the socially optimal relationship between intermediaries and buyers and sellers” (Currell og Schrag, 2000: 265).

Vi har nå fått poengtert at meglers forhold til kjøper og selger er viktig, men hvilken betydning vil en kjøperorientert meglerrolle kunne ha for tillitsdannelsen? For selger kan det innebære at oppmerksomheten ikke i like stor grad rettes mot en høyest mulig salgspris. Ved overgangen fra et selgerorientert til et kjøperorientert meglerregime, ble det i flere amerikanske stater registrert en nedgang i salgspris (Currell og Schrag, 2000). For kjøper vil en megler som ivaretar hans interesser skape et sterkere grunnlag for tillit. Når en fagperson går gjennom en bolig på kjøpers vegne, er det naturlig for vedkommende å aktivt avdekke mangler og svake sider. Dette vil kunne være en av årsakene til at salgsprisen i snitt ble noe lavere enn hva som var tilfellet når en hadde en selgerorientert megler som i større utstrekning fremhever de positive aspektene ved boligen. En annen positiv effekt var at søketiden ble redusert for kjøperne (Currell og Schrag, 2000).

### *Meglere manglende relasjon til kjøper*

En eldre amerikansk artikkel fra 1988 ved Dunlap, Dotson og Chambers gjennomgår en rekke studier som underbygger Currell og Schrag sin beskrivelse av ulempene en får i et boligmarked som domineres av salgsorienterte meglere:

“The property owner/seller [i.e., the principal] is contracted to pay a brokerage commission and, as such, is identified as the client. In such a typical real-estate transaction, the buyer is left without representation” (Case, 1965. Webster and Hetrick, 1983. Gibson et al. 1983).

Det manglende båndet mellom megler og kjøper settes videre i forbindelse med meglers lojalitet til selger: ”Both real-estate law and moral clearly specify that when a broker is hired by the seller, the seller is entitled to receive absolute loyalty and obedience” (Dunlap et. al, 1988). Artikkelen støtter seg til en annen studie for å fremheve det problematiske aspektet ved et system hvor kjøper gjerne ikke er tilstrekkelig klar over meglers reelle posisjon:

“The buyer is clearly not represented in the real-estate sales relationship. As stated by Gibson et al. (1983), the ”...courts have regarded the relationship between broker and buyer as one of *caveat emptor*, reflecting the relationship between seller and buyer” (p 299). While this perspective does not

prevent a broker or salesperson from performing certain duties for the buyer, any motivation to do so would reside outside the traditional and legal views held by those in the real-estate industry.

However, it is questionable whether these legal and moral stances are consistent with the realities of the marketplace. Gibson et al. Further state, "... certainly the accepted legal relationship between buyer and broker does not meet the expectations of most buyers of residential property... many buyers are not even aware that the broker is the seller's agent and not their own" (299). The authors further indicate that the broker is placed in the dubious position of having considerably influence on buyers with little fear of legal repercussion". (Dunlap et al., 1988:176)

De nevnte studiene fra 80-tallet viste altså at det var et behov for en endring i lovverket og meglers relasjon til kjøper og selger. Spørsmålet er hvilken betydning meglers forhold til kjøper har for etableringen av varige relasjoner. I studien fremheves sammenhengen mellom kundetilfredshet med meglers orientering:

"The authors (Saxe and Weitz, 1982) indicate that salespersons who are highly customer oriented engage in behaviours that increase long-term customer satisfaction and avoid behaviour that lead to customer dissatisfaction. Consequently, brokers who are customer oriented should avoid activities that raise the probability of making an immediate sale but sacrifice the customer's interests" (Dunlap et al., 1988:178).

Det foreligger dermed empiriske studier som støtter opp om hvor sentralt det kan være å endre praksis i retning av en mer kjøperorientert meglerstil dersom man har et marked dominert av selgerorienterte meglere. En viktig årsak til at en mener slike ensidige system har sine negative sider, står i forhold til det avviket som kan eksistere mellom meglernes og kjøpernes opplevelse av salgsprosessen, hvilket også var et viktig poeng i artikkelen. Meglerne selv kan ha en forestilling om å yte en tjeneste som er mer balansert enn hva kjøper opplever: "Chambers et al. (1985) stated that home buyers perceived that real-estate brokers/agents did not meet their [the buyers] expectations" (Dunlap et al., 1988:177). Dette innebærer også at meglerne må korrigere sin praksis for å få yte en mer balansert tjeneste:

"Empirically, this study suggests that consumers [buyers] of real estate do not perceive Real-estate brokers to be as customer oriented as they [the brokers] perceive themselves to be. In essence, one may conclude that in order to maintain a consistently high customer-orientation level, real estate brokers need to develop and implement policies and procedures relative to consistent customer follow-up after a complete sale". (Dunlap et al., 1988:185)

#### 4.2.5. Auksjonssystemer for eiendommer

Det er viktig å være oppmerksom på at budrunden er en sosialt etablert konvensjon og vil bære preg av de institusjonelle forholdene som råder og utgjør rammebetingelsene for den nasjonale praksisen. I dag foreligger det vesentlig forskjell i praktiseringen av budrunden i mellom den norske og danske meglerbransjen, noe som også kommer til uttrykk i klare ordelag i intervjuene med de respektive lands bransjedirektører. Formålet med budrunden er å finne frem til riktig markedspris. Direktøren for Norges Eiendomsmeglerforbund, Finn Tvetter, hevdet som følgende:

”Eneste brukbare omsetningspris er høyeste markedspris [som oppnås gjennom norsk budpraksis] ... man må prøve å nå alle som kunne tenke seg å være interessert i denne leiligheten. Det er det ene [norske] systemet. Så kunne man som danskene sier ”jeg som megler vet hva alle leilighetene i København er verdt”?! Du kan jo ikke gå og hente en pris ut av noe... det er jo hva markedet kan tenke seg å gi for det, det finnes jo ikke noe annet... om huset er aldri så råttent eller fint, så er det hele tiden hva folk vil betale for huset”. (31.01.02)

Her fremkommer det jeg oppfatter som en representativ holdning innen den norske bransjen. Et vesentlig formål med budrunden slik den praktiseres her hjemme er å trekke *flest mulig* på visningen, og gjennom dette få et stort antall aktive budgivere som kan by over hverandre i en oppadgående prisspiral. Dette henger i stor grad i sammen med at megler i så stor grad er ”selgers mann”. Under et kort intervju med en megler i København ble følgende syn uttrykt:

”Jeg har ikke lov til å ringe rundt... eller jeg kan fortelle vedkommende om at det har kommet et bud, men ikke hva budet er. Nettopp for å hindre at folk ligger og byder opp mot hverandre. Jeg må ikke byde opp og har heller ikke noen interesse i det. Selvfølgelig skal man finne en høyest mulig pris, for... selger. Men det må også være en mest mulig realistisk pris. Så det handler mye om tillit... faglig dyktighet og... lokalkunnskap. Jo desto lengre du har vært i et område, desto sikrere kan du være på at det du har gått ut med, det er den riktige prisen. Den langt største delen [av boligene] blir solgt til prisen [meglernes prisantydning]!”. (Megler Ulrich Rye, København 20.02.02)

Dette uttrykker det jeg vil beskrive som en mainstream holdning innen den danske bransjen. Her er det klar fokus på at man ikke skal drive budrunden inn i noe som genererer en oppadgående prisspiral. Men også her er det vesentlig å oppnå en god pris for selger. I intervjuet med Direktøren i DE, Palle Ulstrup kom denne bevisstheten rundt budrunden klart frem:

”Vi kjører ikke de der spiraler... [oppgitt i stemmen], det gjør man ikke i Danmark. Det er forbudt! Fordi det er jo auksjon, og vi må ikke lage auksjon. (Intervjuer): Er dere redd for å presse prisene unødvendig opp i visse tilfeller? Ja! Det er selvfølgelig ofte vi er ute etter en leilighet eller et hus som er svært etterspurt... så det er mange som vil gi. Men vi vil simpelthen ikke ha det der

som dere har i Norge, det er simpelthen bannlyst. Det har man altså gått politisk ut og sagt at ”det vil vi ikke ha”. Vi kan ikke like den måten dere gjør det på i Norge. Men nordmennene sier at vi er gammeldags på det punkt, og at vi ikke tjener selgers interesse fordi selgeren får jo en høyere pris på den måten. Jeg synes det er mystisk at en megler i Norge ikke kan vurdere en bolig. Han må da kunne vite hva eiendommen må kunne selges for?! Jeg har diskutert dette med norske meglere og kan ikke forstå at de ikke kan forstå oss... altså, jeg synes det er uprofesjonelt... han må da kjenne markedet! ”. (21.02.02)

Her kommer motsetningen mellom to ulike systemer klart til syne. På begge sidene kan det virke som om holdningen er at deres egen praksis representerer den beste måten å arrangere budrunden på. Slik fremtrer de profesjonelle bransjeaktørene representert ved meglerne og administrativt ansatte i meglerorganisasjonene som systembærere, hvor de reproducerer gjeldende bransjenormer igjennom sin daglige praksis. Dette kan tolkes som en konservativ holdning man kjenner igjen fra de aller fleste organisasjoners beskyttelse av sine egne konvensjoner, hvor man i første omgang har lett for å stille seg kritisk til endringer.

#### *Auksjonsrundens betydning for pris*

I flere av intervjuene kom forståelsen av at det eksisterer en positiv korrelasjon mellom antallet som er med i budrundene og hvilken salgspris en oppnår, klart til uttrykk. Det blir dermed naturlig at megler ser det som en av sine hovedoppgaver å markedsføre boligen slik at flest mulig potensielle kjøpere får kjennskap til den. Dette underbygges også av empiriske studier:

“Preparation for an auction sale involves intensive advertising, with frequent open houses and individual inspection of the property. The object is to increase the expected price by increasing the numbers of bidders and the information those bidders have about the property” (Lusht, 1996:517).

Lusht's australske studie henviser til en rekke andre studier som har kommet frem til samme konklusjon<sup>13</sup>. Det foregående sitatet inneholder et forbehold om tilstrekkelig ”inspeksjon” av boligen som en forutsetning for høy betalingsvilje. Et interessant avvik i forhold til norsk praksis er at salgsprosessen her hjemme kan bli avvirket så hurtig at en ikke får undersøkt boligen tilstrekkelig. Jeg har tidligere trukket frem intervjuer med ledere i meglerforetakene hvor dette blir oppfattet som et problematisk aspekt ved hektiske og korte budrunder. Den norske budrunden mener jeg er en faktor som forsterker denne effekten. Dermed kan det være grunn til å stille spørsmål ved om ikke en endring i norsk budpraksis kunne bidra til å sikre betalingsviljen samtidig som kjøperen ville oppleve økt sikkerhet for investeringen. Dette

---

<sup>13</sup> Holt 1979. Harris and Raviv 1981. Nelson 1992. Dyer, Kagel and Levin 1989. Battalio, Kogut, Meyer 1990.

griper helt klart inn i tillitsforholdet mellom partene. Studien til Lusht baserer seg på 243 hus solgt i løpet av 1988 og 1989 i Melbourne, Australia og kom frem til følgende konklusjon: “Houses sold at auction brought a statistically significant 8 % price premium over houses listed and sold privately” (Lusht, 1996:528). Dette tyder på at en oppnår forskjellig salgpris om man selger boligen ved private forhandlinger versus salg etter et auksjonsprinsipp:

“A comparison of house prices brought by English auctions and private negotiations produced evidence that the pricing mechanism matters. In an active market for middle- to high-priced houses, auctions extracted higher prices than private negotiations” (Lusht, 1996:517).

Vi finner dermed studier som gir empirisk støtte til meglernes oppfatning av at desto flere interesserte man får med på visningen og deretter i budrunden, desto større sannsynlighet er det for at selgeren får en høy pris for boligen. Men av hvilken betydning er dette når vi sammenligner budpraksis i Norge og Danmark? Det er viktig å nevne at en sammenligning mellom Norge og Danmark med hensyn til effekten av budrundene for prisnivået, forutsetter at vi hadde hatt muligheten til å isolere budsystemets innvirkning i de respektive land og dernest måle eventuelle forskjeller. Dette lar seg svært vanskelig gjøre i samfunnsvitenskap ettersom det er et utall av forhold som gjør de nasjonale systemene forskjellige. Derfor reduseres gyldigheten av en sammenligning. Jeg kan ikke se noen faktorer som tyder på at det norske budsystemet genererer et høyere prisnivå enn det danske. Prisene i for eksempel København, har steget i løpet av de senere årene, og jeg mener dette hovedsakelig har sammenheng med grunnleggende økonomiske og strukturelle forhold. Presset på boligmassen i de største byene har, sammen med en generelt styrket privatøkonomi, medført økte boligpriser både i Danmark og Norge. Stadig flere ønsker å bo sentralt samtidig som det i dag er en større andel av befolkningen enn noen gang tidligere som stiller med høy betalingsevne.

Jeg mener mye tyder på at en utilsiktet negativ konsekvens ved det norske budsystemet er at det kan gjøre det vanskeligere for kjøpere å oppfylle sin lovpålagte undersøkelsesplikt i de tilfellene hvor boligene selges hurtig. Mye tyder på at de bakenforliggende økonomiske konjunktorene i vesentlig grad påvirker prisnivået på boligmarkedet. Dette innebærer at en ikke har et like godt argument for å beholde det norske budsystemet ettersom det i all hovedsak ikke påvirker den generelle prisdannelsen på boligmarkedet.



#### 4.2.6. Belønningssystemer for meglere

En studie kommer med et innspill til hvordan lønssystemet kan medvirke til at megler blir mer kundeorientert: "Brokers who reported that they were paid on a straight commission basis perceived themselves to be more customer oriented than did those who were paid otherwise" (Dunlap et al., 1988:186). Jeg oppfatter dette sitatet til å tyde på at den økende bruken av provisjonsbaserte lønssystem innenfor meglerbransjen i Norge kan representere en utvikling i riktig retning. Dette fordi den i større grad vil kunne føre til ivaretagelse av både kjøpers og selgers interesser. Selv om det er vanskelig å uten videre overføre slutninger fra amerikanske studier over på de norske forholdene, er det likevel grunn til å anta at lønningssystemet har innvirkning på hvordan megler forholder seg til partene. På tross av at det er vesentlige forskjeller mellom det norske og det "amerikanske" meglersystemet, er det rimelig å anta at en rekke av de mekanismene som utspiller seg i salgsprosessen, og i relasjonen mellom megler og de involverte partene, også vil ha visse likhetstrekk på tvers av de ulike systemene.

##### *Prestasjonsbasert lønn som motivasjon*

"I løpet av de siste tiårene har det generelt kommet mye litteratur om ulike lønssystemer. Dette er et felt hvor det råder mange ulike oppfatninger: Det finnes mye internasjonal litteratur om belønningssystemer. Mye av litteraturen består av normative håndbøker hvor meningene kan være mange og sterke, men hvor dokumentert kunnskap ofte er mangelfull" (Langeland i Olberg, 1995: 98).

Langeland påpeker også at det foreligger relativt lite forskning på dette feltet i Norge. Bransjen må dermed velge belønningstrategier ut i fra egne erfaringer og det foreligger begrenset litteratur som kan være til hjelp i dette valget. Det vanlige er nok at man baserer sine egne valg på de erfaringer meglerhuset og konkurrerende meglerhus har gjort. I løpet av de siste ti årene har en stadig større andel av meglernes avlønning gått over fra et tilnærmet fastlønnssystem til et mer eller mindre prestasjonsbasert provisjonssystem. I intervjuet med Tone Osland, salgssjef i StorBergen Boligbyggelag ble denne trenden fremhevet:

"Det har absolutt vært en endring i bransjen. Det startet når vi fikk en ny megler, det var vel i 1993, så snudde Notar alt litt på hode i forhold til å megle bolig. Det tok vel lengre tid før andre gikk over på provisjonslønn og bonusordninger, og da fikk du flere rendyrkede selgere som jobbet helt utradisjonelt..." (13.03.03).

Dette gjelder ikke kun hos de bankdrevne meglerhusene og franchise baserte meglerhus, men også hos boligbyggelagens meglerhus, hvor det tidligere ville vært utenkelig med

prestasjonsbasert lønn. Selv om det er noen meglerhus som ennå opprettholder en høyere fastlønn, er denne andelen synkende. I intervjuet med Bjørn Øye, administrerende direktør i Prognosesenteret A/S, stilles det spørsmål med hvor sunn den økte bruken av prestasjonsbasert lønn er:

”Man bør se nærmere på bonus- og avlønningssystemet. Min hovedinnvending er at man i så stor grad i hvert enkelt firma har koblet avlønning mot prisen du får [for boligen]. Det er jo et hyggelig incitament for å gjøre en jobb, men det er jo en åpenbar fare for at ”ego- motivet” styrer” (april 2002).

I løpet av de siste ti årene er det vært en økning i bruken av prestasjonsbasert lønn. Det er likevel vanskelig å ta skilling til hvorvidt Øye sitt poeng belyser en uheldig utvikling innen meglerbransjen. I intervjuet med Osland i Stor-Bergen Boligbyggelag kom en kritisk holdning til den økte bruken av provisjonslønn til uttrykk: ”Vi jobber ikke på provisjon og det er et godt argument. Vi er ikke avhengig for å trikse og mikse med det for å få vår lønn” (13.03.03). Økt provisjonsbasert avlønning kan betraktes som en konsekvens av den skjerpede konkurransen mellom meglerne de siste tiårene. Det er blitt stadig viktigere for meglerhusene å oppnå bedre resultater gjennom høy omsetning og effektive meglere. Et positivt trekk kan være en økt profesjonalisering blant meglerne som medfører at de kravene både kjøpere og selgere stiller til meglerne i økende grad blir ivaretatt. Dersom ikke megler gjør som selgeren ønsker, vet gjerne vedkommende at selgeren samtidig vurderer å bruke andre meglere. Asbjørn Myrstøl, faglig leder ved GARANTI i Bergen mente at meglerhusene i så stor grad har valgt å gå over til prestasjonsbasert lønn på grunn av en forventning om høyere ytelse fra megleren: ”Du får ikke folk til å yte ekstra på fastlønn. Jeg tror du mangler litt engasjement hvis alle har fastlønn... det blir en liten sovepute det” (Intervju, 07.04.03).

### *Høyere forventninger*

Mye kan tyde på at forbrukerne i løpet av de senere årene stiller høyere krav til de tjenestene og varene de mottar, samtidig som terskelen for å klage er blitt lavere: ”Et selskap som er forsiklingsmekler for eierskifteforsikring, opplyser at om lag 15 % av boligkjøperne klager nå mot 10 % for fem år siden” (Nettavisen, 04.03.02). Janne Pedersen som er juridisk konsulent ved Forbrukerrådet i Hordaland ser dette i relasjon til de økende prisene: ”Folk tenker at siden de betaler så mye, så må de kunne forvente at alt er i orden” (Nettavisen, 04.03.02). Det kan tenkes at en årsak til at prestasjonsbasert lønn har bredt om seg, er behovet for å få megler til å yte mer. Hvis vi antar at forventningene til meglertjenestene har steget, delvis som en følge av bransjeaktørens ambisiøse markedsføring, og delvis fordi de økende boligprisene skjerper de generelle forventningene til boligstandarden, kan det være gode grunner til å anta at disse

faktorene er med på å tvinge frem de lønssystemene som har til formål å få megleren til å yte mer. Det vil være naturlig at meglerhusene benytter seg av de lønssystemene som gir størst omsetning. Utviklingen hos de enkelte meglerne har utvilsomt gått i retning av prestasjonsbaserte avlønningssystemer.

#### *Konsekvenser av belønningssystemene*

I det følgende avsnittet vil jeg fremheve hvilken betydning arbeidsmiljøet på et meglerkontor kan ha for meglers opplevelse av krav til egne arbeidsprestasjoner. Tidligere daglig leder i Notar, Erlend Innset, uttrykker seg utvetydig i Bergens Tidende angående bedriftens forventninger til de ansatte: ”Ingen kommer inn her uten å få tindrende klar beskjed om at det blir veldig mye arbeid og at lønnen er resultatbasert” (18.12.01). I den samme artikkelen uttaler tidligere ansatte meglere seg om det de opplever som å være en særegen salgskultur:

”Det mest utpregede trekket ved Notar er salgskulturen. Den er ekstrem, forteller en rekke eksansatte. Den gir seg utslag i en aggressivitet på høygir. Presset på å prestere [få flest mulig salgsoppdrag] er enormt” (18.12.01).

En kan stille spørsmål ved hvorvidt det er rom for å endre dette prestasjonspresset i retning av et mindre stressende forventningsregime. Et sterkt resultatorientert arbeidsmiljø i kombinasjon med stor arbeidsmengde, er en mulig kilde til at det oppstår feil i løpet av salgsprosessen. En av de tidligere ansatte i Notar uttrykte følgende: ”Med et så høyt tempo er faren stor for å gjøre feil...” (Bergens Tidende 18.12.01). Også internasjonale studier har avdekket sammenhengen mellom stress og feilfrekvens innen eiendomsmeglerbransjen. I konklusjonen fra en amerikansk studie basert på en spørreundersøkelse blant boligmeglere fremholdes følgende: “The higher the sales people’s stress the lower their productivity. One possible explanation of this conclusion is that, whenever people feel less stress they perform better in their work” (Lester m.fl, 1986:982). Kanskje kan det også bli en ulempe å ha en avlønning som knyttes så tett opp til egne prestasjoner. Spesielt i en bedrift med forholdsvis høyt gjennomsnittsalder og lav gjennomsnittsalder, kunne det være en stressdempende faktor hvis nyansatte i høyere grad var sikret en minimumsinntekt fra starten av. Det er ikke urimelig å anta det kan være krevende å bli kastet ut i yrket uten et økonomisk sikkerhetsnett. En mulig forklaring på at Notar så hyppig mottar negativ omtale i media kan tenkes å være feil som oppstår grunnet et høyt tempo, tøffe interne krav og begrenset erfaring.

#### 4.2.7. Meglerhusenes salgsstrategier overfor boligselgerne

##### *Lurepriser*

Helt fra megleren kommer hjem til selger på befaring, er den iscenesettelsen han gjør av sin egen rolle av stor betydning for om han får salgsoppdraget. Megleren står så og si på en scene, og må etter beste evne definere situasjonen slik at selgeren opplever vedkommende som den mest kompetente. Dette undersøkes i intervjuet med Rune Hansen, administrerende direktør i Eiendomsmegler1 Vest:

”Når meglerne kommer ut i markedet så har de med seg masse ballast, masse gode argumenter når de skal hjem og overbevise om de merverdiene vi kan gi i forhold med våre konkurrenter. For det er jo en rimelig homogen tjeneste dette her, men til syvende og sist så gjør folk seg opp en oppfatning av at... det er denne personen som kan skape resultater for meg! Eg er trygg på systemet, trygg på at om noe går skeis så ordner de opp!”. (07.05.03)

Bevisstheten rundt konkurransesituasjonen er i stor grad til stede. Dette skyldes naturligvis at næringen er konkurranseutsatt, men også at konkurransen er vesentlig skjerpet i løpet av de siste 10 årene. Utover den organisatoriske tryggheten man kan oppleve ved at en megler tilhører et velkjent konsern, er også de personlige egenskapene til enkeltmeglerne viktig. Dette forholdet ble trukket frem i intervjuet med Garvik som en sentral tillitsvekkende faktor:

”Hele kroppsspråket taler for om du er en tillitskapende person eller en sånn litt aggressiv.... Det er veldig vanskelig å gjøre noe med folks grunnholdninger! Vi finpusser... du har en personlighet som er deg!” (12.05.03).

I intervjuet med Garvik ble det fremhevet at megleren vil preges av hvilke arbeidsmiljø vedkommende tilhører:

”Hovedsaken i bransjen er å ha en edruelighet i forhold til hvilke forventninger man skaper hos kunden, det gjelder spesielt pris... Man skaper [for ofte] en prisforventning hos kunden som ligger relativt høyt oppe, og så bruker man en 2/3/4 måneder på å ”kjøle kunden ned”. Da har megleren egentlig lurt seg inn på denne kunden... og da med pris. Det er en utrolig uheldig utvikling! Slik eg oppfatter det så er det enkeltstående meglere som selger seg inn på pris... men det har jo også litt med selskapets etikk og moral å gjøre”. (12.05.03)

Her settes ”lureprisen” hovedsakelig i relasjon til enkeltmeglernes holdninger. Begrepet ”lurepris” brukes på situasjoner der megler prøver å få oppdraget ved å henseile en urealistisk høy pris for selger. Det tidligere begrepet jeg anvendte om ”lokkepris” vedrører derimot forholdet mellom megler og interessenter, hvor man legger prisantydningen langt lavere enn den prisen selger forventer for å få flere på visning enn om prisantydningen hadde

vært realistisk. I intervjuet med Hansen ble problematikken rundt lurepris satt i relasjon til kulturen i de respektive meglerhusene:

”Vi kjenner til konkurrenter som har det som en bevisst politikk! Når selgeren først har kommet inn til megleren, og man prøver å selge det men uten å oppnå denne prisen... så er de kommet så langt i denne prosessen at de har vanskelig for å si opp og ”gå over til” en ny megler” (07.05.03).

I det foregående sitatet er det den rådende organisasjonskulturen innenfor de enkelte meglerhusene som er årsaken til at noen meglere anvender ”lurepriser” som et ledd i sin strategi for å få oppdraget. I intervjuet med Asbjørn Myrstøl, faglig leder for Garanti Eiendomsmegling i Bergen, settes dette i sammenheng med en etisk problemstilling:

”Problemet er når meglere lover gull og grønne skoger. Du må tørre å være ærlig, det er for mange som ikke er det. De er så redd for å ikke få oppdraget! Senest i forrige uke hadde eg en [konkurrerende megler] som lovet de 900 000, eg sa ”beklager men dere er 200 000 for høyt”... og da trodde deg på meg og jeg fikk oppdraget. Det har med etikk å gjøre! Du har et enormt press fra sjefen din om å produsere masse butikk, så etikk er helt underordna for etikken er ikke sånn i butikken!”. (07.04.03)

Problematikken rundt lurepris kan synes å være mer relevant innen den Norske meglerbransjen enn det er i Danmark. Dette fordi man innenfor det danske systemet har som formål å finne den korrekte salgsverdien på boligen innledningsvis. I intervjuet med Palle Ulstrup i Dansk Ejendomsmejerforening kom det likevel frem at denne problematikken med lurepris gjør seg gjeldende i Danmark:

”Det er selvfølgelig uetisk av en megler som gjør slikt, og legger prisen for høyt bare for å få eiendommen i kommisjon. Hvis han bedømmer eiendommen for høyt og ikke får solgt huset, så kan han risikere å komme til å måtte betale erstatning” (21.02.02).

Dette er også en av de vanligste årsakene til klage på meglere i Danmark: ”Den typiske klagen er at for å få eiendommen til salg hos seg, vurderes salgsprisen meget høyt” (E-mail korrespondanse med Ulla Langer ved Dansk Ejendomsmejerforening, 01.04.03). I intervjuet med Tveter i Norges Eiendomsmejerforbund ble denne strategien koblet opp mot den økte konkurransen:

”Det har blitt en knallhard kamp om objektene, og hvem er det som er mest fristende til å få tilslaget? Jo, det er selvfølgelig de som kommer med det høyeste budet! ”Jeg tror jeg får solgt det til 4.3”, mens alle andre ligger på 4.1. ”Dette får jeg neppe til men jeg har fått meg oppdraget... og så får jeg se om jeg får han [selger] med meg ned etterpå”. Den typen utglidning, det bryter med god meglerskikk”. (31.01.02)

Kanskje "lurepriser" ikke hadde representert et mulig virkemiddel til å manipulere markedet dersom de norske meglere i mindre grad hadde som oppgave å ivareta selgers interesser gjennom å maksimere prisen ved hjelp av budrunden. Om det er noe som fremstår som klart etter intervjuene med meglere i Norge, så er definitivt et av de uttalte delmålene, om ikke *det* primære hovedmålet å maksimere selgers pris. Det kom blant annet frem i intervjuet med Garvik i DNB: "Pris er det altoverskyggende i forhold til hva en megler skal foreta... i all kommunikasjon med interessentene våre skal vi være selgende. Vi er selgers mann til budrunden er avsluttet"(12.05.03).

### *Meglers framtrede*

Hvis vi fokuserer på norsk praksis kan vi undersøke hvilke føringer lovreguleringene legger på megleren. Dette omfatter blant annet et minimum av informasjon som skal innhentes av megler. I intervjuet med Myrstøl i Garanti Eiendomsmegling kom det frem en bevissthet rundt lovreglens betydning: "Ramma er jo jussen, den må vi kunne! At vi kan dette... det skal ikke de [selgerne] ha noen fokus på" (07.04.03). Innenfor denne rammen vil de ulike meglerhusene og den enkelte megler forsøke å legge føringer for hvordan ulike situasjoner "stemmes" i møte med potensielle kunder og interessenter<sup>14</sup>. Hvor sentralt det er å følge opp og støtte selger gjennom de hektiske og nervepirrende salgsfasene er også et element som berører betydningen av å legge de riktige føringene for situasjonene i forhold til selger. Dette ble understreket i intervjuet med Myrstøl:

"Erfaringsmessig vet du [at] de [selgerne] trenger å bli tatt vare på. Til slutt handler dette kun om mennesker... ikke om penger. Pengene kommer på siden av som et resultat av den jobben du gjør på kontoret, men ovenfor kundene så er det mennesker det er snakk om. Stressfaktor nummer en i verden er boligsalget ditt... forferdelig stressende!" (07.04.03).

Implisitt i det foregående sitatet ligger en forståelse av at stemningen må ha et helhetsforløp som gjør selger komfortabel i de ulike kritiske fasene av salget. "Stemningen" kan dermed forstås i relasjon til en kjede av hendelser sett i sammenheng med salgsprosessen. Vi beveger oss da innover i det relasjonelle rommet hvor opplevelsen skapes. Denne dimensjonen nevnes også i intervjuet med Garvik i DNB: "Min egen case i dette å skape tillit er rett og slett å føle at kunden har det godt i ditt nærvær, det er ekstremt viktig!" (12.05.03). Megleren må til en viss grad forholde seg til sin intuitive forståelse av de signalene vedkommende mottar fra

---

<sup>14</sup> Erving Goffman beskriver "stemming av en situasjon" ved at det legges nye lag oppå den etablerte forståelsesrammen. Dette er en musikalsk analogi. Se: Erving Goffmann (1974): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Harper Colophon Books.

selger eller interessenter. Det vil være rimelig å anta at de gode meglere er de som evner å fange opp disse signalene og legge de riktige strategiene for å opptre overbevisende ovenfor selger eller potensielle kjøpere. Dette er dermed svært sentralt med hensyn til å kunne ”stemme” enkeltsituasjonene og forløpet av begivenhetene riktig.

### *Lokkepriser*

Lokkepris er et virkemiddel jeg oppfatter som en form for misbruk av tillit. Formålet med lokkepris er å få med flere på visning enn det en ville oppnådd med en realistisk prisantydning. Selv om megleren eksempelvis vet at markedet er villig til å gi 1.5 mill for en leilighet, så setter han prisantydningen til 1.2 mill i annonsematerialet. Den bakenforliggende tanken er at desto flere som kommer på visning og deretter deltar i budrunden, jo høyere salgsbeløp greier en å generere for selger. En artikkel i Dagens Næringsliv viser imidlertid til en svensk studie, hvor forskere ved Kungliga Tekniska Høgskolan har tatt for seg 700 eneboliger omsatt mellom 1999 - 2001 i Stockholms-området og hvor de konkluderer med at lokkepris fremstår som et uegnet virkemiddel for å oppnå høyest mulig pris:

” Meglere og selgere bør gå ut med prisantydning i øvre sjikt av hva man forventer seg for å få høyest salgpris. Resultatet var helt klart. Lave prisantydninger har gjerne resultert i raske salg, men kjøperne har ikke endt opp med like høye priser som kjøperne av tilsvarende objekter med høyere prisantydning. I følge undersøkelsen vil en bolig med markedsverdi på to millioner og en prisantydning på 1.8 millioner i snitt oppnå en pris på 1.94 millioner, mens en prisantydning på 2.2 millioner vil gi en salgpris på 2.06 millioner”. (27.11.03)

Det er vanskelig å danne seg en formening av i hvor stor utstrekning lure- eller lokkepriser benyttes, men mitt inntrykk fra Bergen og den lokale annonsering er at lokkepris representerer et virkemiddel som flittig blir brukt blant noen gjengangere.

### *Når prisanslag ikke innfris*

I relasjon til disse virkemidlene er det relevant å belyse hvordan lureprising anvendes og hvilke konsekvenser dette kan gi. En av respondentene nevnte det forekommer at meglere anvender strategier for å ”kjøle kunden ned” etter at de har forespeilet selger en urealistisk pris for å få inn oppdraget. ”Nedkjøling” av en kunde vil innenfor Hardin’s begrepsapparat bety at megleren ikke er tillitsverdig ettersom vedkommende bryter de premissene selger baserer sine forventninger på (Hardin, 2002). Et brudd på tillit vil dermed kunne fortelle selger at megleren ikke er tillitsverdig. Dette forutsetter at selgeren faktisk oppfatter han er gitt en urealistisk høy prisantydning. Dersom ”nedkjølingen” er vellykket vil megleren fortsatt ha tillit selv om vedkommende ikke har opptrådt tillitsverdig. I intervjuet med Kjetil Strand,

tidligere daglig leder ved Gjensidige Nor Eiendom i Bergen, poengteres det hvorfor så få har kapasitet til å starte på nytt ved å bytte til en annen megler: ”I 95 % av tilfellene skifter ikke selgerne megler. De skifter ikke megler selv om de får lavere pris enn lovet... da selger de heller til en lavere pris... og det spekuleres det jo i, blant mange<sup>15</sup>!” (12.06.02). Dette er en stadig tilbakevendende problematikk i intervjuene. I intervjuet med Garvik i DNB kom det frem en beskrivelse som belyser at aktører i bransjen opplever lurepriser som et problem:

”Hvis megler har ”lurt seg inn på” kunden med denne prisen, er det en utrolig uheldig utvikling... spesielt hvis kunden belager seg på den prisen megler satte [lurepris] på å kjøpe seg noe nytt. Det er farlig og en meget... meget dårlig posisjon for kundene våre... og det skaper et meget dårlig renommé for meglere!” (12.05.03).

For de som skal kjøpe bolig vil en lokkepris kunne medføre at de møter opp på visning på feil premisser, og kanskje blir med i en budrunde som genererer en høyere pris enn hva de har råd til å betale. Dette vil i annen rekke kunne svekke deres tillit til enkelte meglere og bransjen. Jeg mener et utdrag fra et av intervjuene i seg selv er talende nok med hensyn til hvordan urealistiske lovnader kan innby til en form for falsk tillit:

”Vi er egentlig et team [megler og selger], vi må spille på lag med hverandre... men det er jeg [som megler] som gjør grovarbeidet. Tillit kan skapes og misbrukes til de grader... lett å misbruke den, lett å love til en kunde, og gitt at du ikke greier å følge opp så mister du den tilliten du har opparbeidet deg... og det er lett å miste den tilliten altså. Det er kanskje noe av hovedutfordringen i bransjen, at vi lover litt for mye.....”. (Garvik, 12.05.03)

Et av poengene til Russell Hardin er nettopp at det er svært krevende å gjenopprette et tillitsforhold når noen ikke har vist seg tillitsverdige: “It is relatively easier to flip from trust to distrust than to create trust where there has been distrust” (Hardin, 2002: 91). Det kan være rimelig å anta at dersom en enkeltmegler eller et meglerhus over lengre tid pådrar seg negativ omtale, eller på annen måte opparbeider seg et dårlig renommé, vil dette kunne få store konsekvenser gitt at konkurrenter etter hvert oppfattes som bedre alternativer blant kundene. Dette vil jeg vende tilbake til ved å belyse det empirisk, men først vil jeg nevne noen ulike syn på hvilken rolle etikk spiller for dagens eiendomsmeglerbransje.

---

<sup>15</sup> Jeg har ikke noen formening om dette anslaget utover at det i mange av intervjuene også ble gitt uttrykk for at selger kun i de færreste tilfellene skifter megler. Jeg finner det derfor rimelig å anvende anslaget som en retningsgivende pekepinn.



#### 4.2.8. Meglerhusenes organisatoriske tilknytning

Et sentralt spørsmål er i hvilken grad en kan vente at tilknytning til andre organisasjoner som banker og boligbyggelag påvirker tilbøyeligheten til opportunistisk opptreden. I flere av intervjuene kom det frem en helt klar bevissthet rundt hvor viktig det er å ivareta en profil i forhold til en overordnet image. Blant annet ble det i intervjuet med Hansen fremhevet at det å være en del av en bankkjede krever at man også tar hensyn til selskapets helhetsprofil og omdømme: ”Det å drive med eiendomsmegling innenfor et system som Sparebanken Vest medfører at vi må legge lista veldig høyt. Det forventes at man som en stor privatkundebank har orden i sakene” (07.05.03). Tilsvarende syn kom til uttrykk i intervjuet med Leif Kristian Garvik, daglig leder i DNB- eiendom, region Hordaland:

”Det er klart at konsernet DNB opp i gjennom tidene har skapt seg et renommé.... Og det vi er opptatt av er at våre meglere har en basis... en kunnskapsbase, en moral og etikk som tilsvarer det som DNB- konsernet tilstreber” (12.05.03).

Merket eller bedriftsnavnet i seg selv som en tillitsvekkende størrelse er noe de ulike faglige lederne la stor vekt på. Det renomméet foretaket har opparbeidet, forventes å være av stor betydning for valg av megler. Dette poenget ble også fremhevet i intervjuet med Wenche Øye, salgssjef i (BOB) (Bergen og Omegn Boligbyggelag): ”Vi heter BOB-megleren og spiller på det. Vi er en megler, men også en del av BOB, og er her for medlemmene våre” (26.03.03). I intervjuet med Tone Osland, salgs- og medlemssjef i StorBergen Boligbyggelag, ble det gitt uttrykk for en tilsvarende holdning: ”Vi er veldig opptatt av å ivareta både kjøper og selger. Grunnen til det er at vi driver med megling, men samtidig er vi en medlemsorganisasjon” (13.03.03). Det virker dermed som rimelig å si at tilknytningen til ”andre” organisasjoner utøver en innflytelse i forhold til hvilke forpliktelser og krav som stilles til meglerne. Slike forpliktende bånd kan også antas å påvirke tilbøyeligheten til opportunistisk praksis.

I intervjuene med de faglige ledere for boligbyggelagenes megleravdelinger, kom det klart frem hvilke normer de er forpliktet til å følge. Det ble uttrykt en skepsis i forhold til de meglerne som opptrer mest aggressivt i sin praksis, og hvilke problemer dette til tider har medført for deres medlemmer. Som medlemsorganisasjoner må boligbyggelagene vedlikeholde en relasjon over lengre tid, og tillitsdimensjonen er dermed tidsmessig av en annen art en i de tilfellene hvor megleren ”bare” er en megler. Noe av det samme forholdet vil gjøre seg gjeldende for finansinstitusjonene som også har faste kundeforhold, hvor det er viktig å ivareta og pleie de interessene kundene har.

### *Varige relasjoner*

Osland har jobbet i 20 år med omsetning av bolig i boligbyggelag. I intervjuet med henne kom det tydelig frem hvilken betydning det har for S-B å arbeide med tanke på varige relasjoner i forhold til nåværende og nye medlemmer:

”Vi tenker ikke kortsiktig i form av en transaksjon men tenker langsiktig i forhold til en kunde som er eller skal bli et medlem hos oss og skal bo i et av borettslagene vi er forretningsfører for. Så det er veldig viktig å ha både gode relasjoner både til de som kjøper og de som selger” (13.03.03).

Offe's teori om tillit vektlegger hvor sentralt det er for etablering av erfaringsbasert tillit at det er snakk om en gradvis opparbeidelse over tid. Som en medlemsorganisasjon vil dette også påvirke hvordan S-B opptrer som megler. I tilknytning til dette understreker Osland betydningen av at de er seg selv bevisst sin rolle som medlemsorganisasjon: ”Det er viktig at vi tenker relasjonsbygging. Jeg mener det er viktig at vi i bransjen stopper opp og ikke bare tenker på å kapre oppdrag og så glemme kunden oppi det hele. Praksis har sklidd ut...” (13.03.03). Hun henviser her til Eiendomsmeglerlovens *omsorgsplikt*, hvor megler plikter å ivareta både kjøper og selgers interesser. Med hensyn til denne balansen mener hun noen meglere har ”glidd ut” ved å i for stor grad orientere seg mot selgeren.

#### **4.2.9. Et yrkesetisk generasjonsskille?**

*Har utviklingen innen meglerbransjen i løpet av de senere årene beveget seg i retning av en styrket eller svekket yrkesetisk standard?*

Dette forskningsspørsmålet lå til grunn for temaer jeg tok opp både i spørreundersøkelsen og i intervjuene. Jeg belyste denne problemstillingen gjennom henholdsvis temavalg og enkeltspørsmål.

Advokat Ernst Hansen, uttrykte at meglerbransjen bærer preg av å ha vært igjennom et generasjonsskifte og en holdningsendring. Hansen har jobbet mye med spørsmål knyttet til fast eiendom siden 1979, og har hatt en rekke tvistesaker vedrørende omsetning av private boliger.

”Eg tror at i dag er det en masse halvstuderte røvere ute og går. De mangler helt grunnleggende kunnskap om byggeteknikk, boliger og grunnleggende kunnskap om mennesker... altså manglende livserfaring. Jeg synes det er helt tullete at det kan være en 21-åring som selger kapitalvarer av det volumet her”. (14.03.2003)

Det er svært interessant at Hansen her inkluderer livserfaring som en viktig kvalitet ved meglere. Dette må sees i lys av at han mener en del unge mennesker ikke er fullstendig klar over hvor viktig og risikofylt bolighandel er for den enkelte kjøper og selger, ettersom vedkommende gjerne ikke har vært igjennom en tilsvarende prosess selv. Han knytter denne mangelen på kompetanse opp mot de rekrutteringsproblemene som oppstår dersom arbeidsvilkårene ikke er forsvarlige: ”Sånn noen driver med åpningstid syv dager i uken kan de ikke regne med å få så veldig kvalifisert personell heller. Det er få mennesker som har sånn litt over snippen som vil stå ut sånn og må kutte hjørner hele tiden og overselge i en viss grad” (14.03.03). Det kan virke som at det kritiske inntrykket Hansen sitter inne med når det gjelder de endrede holdninger i bransjen også er i overensstemmelse med det som kom til uttrykk i spørreundersøkelsen.

Et av spørsmålene i spørreundersøkelsen tok for seg hvorvidt respondentene synes meglernes yrkesetikk har endret seg<sup>16</sup>:

*Mener du meglernes yrkesetikk i løpet av de senere år er blitt styrket eller svekket?*

Tabell 1: ”Yrkesetikk”

Styrket	5,2 %
Delvis styrket	10,3 %
Nøytral	15,5 %
Delvis svekket	17,2 %
Svekket	27,6 %
Vet ikke	24,1 %
Totalt antall respondenter	58

Dette spørsmålet ble besvart av samtlige respondenter. Ca 45 % svarte at de mente den yrkesetiske standarden har blitt ”delvis svekket” eller ”svekket”. Den andelen av respondentene som mener den yrkesetiske standarden er ”delvis styrket” (10 %) eller ”styrket” (5 %), utgjør til sammen 15 %, hvilket forteller at majoriteten av respondentene anser bransjens yrkesetiske standard for å være svekket i løpet av de senere årene. Det bør bemerkes at ”vet ikke” kategorien var forholdsvis stor og utgjorde 24 % av respondentene.

<sup>16</sup> Spørsmål nr 20. Se spørreskjema i appendiks 7.1.

I intervjuet med Tone Osland i S-B kom det også til uttrykk at det har vært et generasjonsskifte innenfor eiendomsmegling:

”Det har absolutt vært en endring i bransjen. Det startet vel med en ny megler i 1993, da snudde Notar alt på hodet i forhold til boligmegling. Da fikk du etter hvert flere rendyrkede selgere som jobbet helt utradisjonelt. De gikk ut og skaffet seg oppdrag. Så kom megleryrket plutselig i medias søkelys...” (13.03.03).

Her er det flere likhetstrekk med den beskrivelsen Hansen gav av bransjen og i begge intervjuene kom det frem et syn på en bransje som hadde ”delt seg i to”. Osland nevnte denne utviklingen i intervjuet: ”Du har fått de som satser på det faglige kombinert med god evne til å kommunisere, og på den andre siden har du fått de rendyrkede selgerne som ikke er så opptatt av det faglige, men hvor noen sitter i bakkant og tar seg av den faglige biten” (13.03.03). Osland uttrykker en oppgitthet når hun omtaler den kategorien hun benevner som de ”rendyrkede selgerne”. Det er ingen tvil om at det innen meglerbransjen i løpet av de siste ti årene har oppstått en hardere konkurranse akkompagnert av en mer offensiv meglerstil blant en del meglere og meglerhus. Denne endringen er sannsynlig vis noe av årsaken til at media i løpet av de senere årene har fått flere historier å skrive om. Slike historier, der selger eller kjøper føler megler ikke har gjort en god jobb, kan være noe av årsaken til det svekkede renommeet som spørreundersøkelsen antyder.

#### **4.2.10. Etablering og etterlevelse av etiske standarder**

Etikk som et eksplisitt tema har vært savnet i meglerutdannelsen. Dette ble understreket i intervjuet med Hildur Høyland, direktør i OBOS og styreleder i EFF (Eiendomsforetakenes Forening):

”Studentene etterlyser mer etikk i undervisningen, og det jobbes det med... foreleserne har ikke vært flinke nok til å si at dette er et etisk dilemma. Man peker på problemstillingene uten å sette ordet etikk på det” (31.01.02).

I en norsk studie som rettet seg mot meglere og meglerstudenter ble følgende fremhevet i konklusjonen:

”A majority of the respondents tend to analyse and resolve professional situations without clear moral references, while private life dilemmas almost certainly provoke moral reasoning. Maybe this is due to a ”privatisation of morality” and perhaps even due to private moralism, while business is considered a moral-free sphere. Real estate agents and students could benefit from a basic training in professional ethics and moral conflict management: acquiring

concepts and models for identification of moral issues, seeing one's moral responsibility...".

(Brinkmann, 2000:19-20)

Behovet for å eksplisitt ta opp etiske problemstillinger har kommet stadig klarere frem, både innen bransjen og blant studentene. Det er interessant å legge merke til det fenomenet som refereres til som "privatisation of morality". Her fremstår utøvelsen av yrket som en nærmest moralfri syssel, hvor meglerens primærfunksjon er å formidle en transaksjon uten noe vesentlige moralske refleksjoner. En mangel på institusjonaliserte normer, er slik jeg ser det en utfordring bransjen til dels sliter med. Jeg vil her trekke frem en form for opportunistisk praksis hvor noen meglere i større grad har ivaretatt sine egne interesser enn selgers interesser ved å opptre som boligspekulanter. Det har i flere tilfeller forekommet at meglere selv kjøper boliger de skjønner blir solgt under markedsverdi, for så i etterkant å selv sikre seg gevinsten ved å selge på egen hånd. NEF har i løpet av de siste årene tatt avstand fra slik *egenspekulasjon* ved å forby denne formen for praksis i sine etiske regler. Når megler selv ser gevinsten i slike kortsiktige egenspekulative kjøp representerer dette en klar trussel mot selgers interesser.

### *Bransjeetiske regler*

Meglerkontorenes interne organisering har i noen tilfeller fått kritikk fra offentlige institusjoner. Kredittilsynet har tidligere rettet kritikk mot Notars avdeling i Bergen og Haugesund for deres håndtering av boligsalg. Blant annet ble det i Bergens Tidende gjengitt utdrag av en rapport fra Kredittilsynet som fremhevet at den manglende tilstedeværelsen av en faglig leder ikke gir de ansatte den kompetente støtten de trenger. Kredittilsynets retningslinjer krever en tilstedeværelse på 60 – 70 % fra faglig leders side, mens den i realiteten var på rundt 3 timer daglig. I samtlige av papirene de sjekket i tilknytning til bolighandel fant de feil eller mangler. Konklusjonen fra Kredittilsynet lyder som følgende:

"De forhold som er avdekket ... er samlet og delvis enkeltvis av en slik karakter at det kan være aktuelt å vurdere inndragning av bevilling dersom ikke virksomheten bringes i samsvar med lov og forskrift"

(Bergens Tidende, 18.07.97).

Det er forholdsvis sjelden Kredittilsynet formulerer seg så skarpt i sine rapporter, og jeg mener dette kan sees i sammenheng med de særegne forholdene som rådet ved de omtalte kontorene. I forbindelse med Kredittilsynets rapport nøyde Notar seg med å avfeie at det eksisterte noe problem, ved at Asgeir Sætre, daværende styremedlem i Notar Eiendom Bergen, kom med følgende uttalelse: "Kundene kan være trygge hos oss. Ingen feil på noe tidspunkt har fått

praktiske konsekvenser... Vi vet at vi kvalitativt ligger langt over konkurrentene” (Bergens Tidende, 18.07.97).

### *Klagenemndene*

Både i Norge og Danmark har de respektive meglerforbundene en klagenemnd. Dette er den instansen misfornøyde kjøpere og selgere kan henvende seg til. Klagenemndene er opprettet for å vurdere de tvistene og klagene som oppstår mellom en megler tilknyttet Norges Eiendomsmeglerforbund (NEF) i Norge eller Dansk Ejendomsmæglerforening (DE) i Danmark. Etersom DE nasjonalt representerer en større andel av registrert meglere enn det NEF gjør, vil det være en forskjell med hensyn til i hvor stor utstrekning en slik klageinstans vil kunne fungere som et korrektiv til gjeldende praksis. Det er allikevel rimelig å anta at disse instansene har en viktig dobbeltsidig funksjon. På den ene siden kan de korrigere og få en kontinuerlig oversikt over hvilke tilbakevendende problemer som dukker opp i tvistesaker, mens de på den andre siden kan bistå kjøpere, potensielle kjøpere og selgere av bolig<sup>17</sup>.

Antallet henvendelser i Danmark og Norge er relativt likt tatt i betraktning det antallet bolighandler meglerforeningens medlemmer står for. I 2000 mottok DE sin klagenemnd 338 saker, hvorav 150 fikk medhold eller delvis medhold<sup>18</sup>. I 2001 mottok NEF sin klagenemnd 185 saker hvor det i underkant av halvparten ble gitt medhold eller delvis medhold<sup>19</sup>. Det er vanskelig å ta stilling til hvor mange tvister som løses lokalt hos megleren. Dette fins det ifølge min kjennskap ingen oversikt over. Dermed vil det være en god del klager som ikke registreres hos klagenemnda. En feilkilde kan være at ikke alle vet de kan henvende seg til klagenemnda, og at man som en følge av dette ikke får registrert alle de klagene man burde. Etersom opplysninger om klagenemnda er tilgjengelig både på NEF sin nettside, og vanligvis også i flere av meglernes salgspapirer, er det likevel grunn til å anta at de fleste med behov for å henvende seg til klagenemnda burde ha kjennskap til denne.

Et sentralt spørsmål er hvorvidt meglernemndene fungerer effektivt og som et internt korrektiv for bransjen. Det faktum at kunder kan få kompensert for manglende kvalitet på meglertjenesten, innebærer ikke at man greier å skape presedens for bedre praksis. Hvorvidt meglerne følger opp nemndas beslutninger, er av stor betydning for dens reelle virkning. Det er grunn til å anta at meglerne ser seg tjent med å etterkomme de korreksene de eventuelt

---

<sup>17</sup> Med ”potensielle kjøpere” mener jeg de som deltar i en budrunde men ikke får tilslaget på boligen.

<sup>18</sup> Jf. Årsberetningen for 2000 til Klagenævnet for Ejendomsformidling.

<sup>19</sup> Kilde: NEF's internettside 10/5 2002.

måtte få fra sitt eget forbund. Delvis handler det om å unngå negativ ryktespredning innad bransjen, men for en faglig leder vil det nok være viktig å opprettholde et forsvarlig nivå på den praksisen meglerne i foretaket utøver og dermed unngå liknende tvister i fremtiden. Jeg mener dermed det er grunn til å tro at klagenemndene i begge land har innflytelse over meglers praksis. Det er likevel sannsynlig at den danske klagenemnda har større innflytelse ettersom de aller fleste meglerne kan klages inn for denne instansen, mens den norske klagenemnden omfatter en lavere andel av meglerne. Den lavere oppslutningen til NEF gir en noe svekket påvirkningskraft ovenfor bransjen sammenlignet med den noe høyere medlemsandelen den danske klagenemnden utøver innflytelse ovenfor.

### **4.3. Informasjonsspredning og tillitsdannelse**

I denne delen av analysen ser jeg nærmere på informasjonsspredningens betydning og innvirkning på tillitsdannelsen. Hensikten med delkapittelet er blant annet å belyse hvilken rolle sosiale nettverk, meglers markedsføring og visningen har i forhold til å påvirke tilliten og lojaliteten blant kjøpere og selgere av bolig. I den forbindelse er det nærliggende å vurdere hvilken innvirkning ens sosiale nettverk har for hvordan reklame og medieoppslag forstås. Det er videre interessant å klargjøre hvorvidt noen av de lovnadene som forekommer i meglernes reklamemateriell viser seg å holde stand når de vurderes i forhold til hvilke reaksjoner de kan frembringe hos forbrukerne, fra offentlige instanser og innad bransjen. Visningen er i særlig grad velegnet til å fungere som en nettverksdannende arena, og representerer en anledning for megler til å opptre overbevisende på vegne av meglerhuset og få inn nye salgsoppdrag i sin portefølje.

#### **4.3.1. Informasjonen og erfaringenes betydning for tillitsdannelse**

Innholdet i den informasjonen som berører enkeltmeglere og meglerbransjen, og de kanalene den distribueres igjennom, har stor betydning for hvilken verdi den får for mottakeren. På den ene siden mottar vi en rekke impulser igjennom meglerhusenes reklamemateriale og den omtalen bransjen og dens enkeltaktører mottar i diverse medier. På den andre siden omtales denne informasjonen i vår omgangskrets, noe som kan påvirke den enkeltes refleksjon. ”Tostegshypotesen” belyser dette forholdet:

”Med utgangspunkt i den såkalte tostegshypotesen, som ble formulert på grunnlag av valgforskningsresultater i USA fra de tidlige 1940-årene, og som tilsier at mediernes innhold

formidles til andre gjennom opinionsledere (Lazarsfeld, Berelson og Gaude 1944; Katz n.utg. 1973), er det blitt fremhevet at medieinnholdet formidles gjennom selve nettverkene som folk er med i....". (Mathiesen 1993:237)

Professor i retts sosiologi, Thomas Mathiesen trekker her frem et sentralt samfunnsvitenskapelig forskningsarbeid som vektlegger at informasjon gjerne kan bearbeides i nettverkene før den når den endelige mottakeren. Dette nyanserer han nærmere ved å henvise til en NOU- rapport:

"Massemedienes innhold "formidles, tolkes og vurderes i *sosiale nettverk* i en sosial *interaksjonsprosess*. Slike nettverk vil først og fremst være betinget av sosiale strukturer som eksisterer uavhengig av mediesystemet: familieband, naboskap, arbeidsfellesskapet, organisasjonene" (NOU 1982:30, s 102 i Mathiesen 1993:237-238).

Innenfor nettverksteori bidrar Granovetter (1992) til å øke vår forståelse for hvordan "informasjonsflyten" influeres av det relasjonelle nettverket enkeltindividet inngår i. Granovetter vektlegger betydningen av sosiale nettverk for informasjonsspredning og verdien av ens relasjoner til omverden. Folks oppfatning av meglernes er med andre ord både avhengig av deres egen erfaring, og av den informasjon de får fra andre kilder om meglernes praksis. Det er naturlig at meglernes reklamemateriell tar utgangspunkt i meglernes interesser. Samtidig er det god grunn til å tro at den informasjonen en mottar gjennom avisartikler eller via bekjente vurderes som verdifull ettersom den i en større grad antas å representere interessefrie ytringer.

#### **4.3.2. Reklame**

I det følgende vil jeg undersøke bruken av reklame og hvilken rolle media har spilt som kommentator til feltet. Deretter tar jeg for meg Forbrukerrådets reaksjoner som ved flere anledninger er gjengitt i media, samtidig som de har en viss innflytelse overfor bransjen. Til slutt vil jeg behandle de faktiske resultatene et bestemt meglerhus har oppnådd, og sette det i relasjon til de ambisiøse lovnadene meglerhuset kommuniserer ut igjennom i sitt markedsføringsmaterieil. Jeg ønsker blant annet å vurdere hvorvidt kritisk medieomtale svekker en aktørs markedsposisjon. Den følgende problemstillingen er dekkende for de forholdene jeg ønsker å belyse i dette delkapittelet:

*Hvilken innvirkning kan meglerhusenes markedsføring ha på meningsdannelsen blant opinionen, og med hensyn til reaksjoner fra offentlige instanser?*



Meglertjenestene befinner seg innenfor en sterkt konkurranseutsatt næring og det er vesentlige likhetstrekk mellom de strategiene de ulike meglerhusene i Bergen bruker. Det viktigste mediet for formidling av boliger er annonsering i Bergens Tidende eller som vedlegg til avisen. Foruten disse kanalene distribuerer Notar sin egen boligavis. Det er rimelig å anta at de som ønsker å få oversikt over det tilbudet av boliger som til en hver tid foreligger, enkelt kan hente de opplysningene de trenger fra boligannonser i "Hus og Hjem", avisbilaget til Eiendomsmegler1 eller annonseringer i avisen de andre dagene. Ettersom de fleste meglerne benytter disse informasjonskanalene er det realistisk å anta at deres dekning av markedet er forholdsvis tilsvarende. Det faktum stiller spørsmål ved Notars påstand om at "du kan benytte deg av Notar sin helt unike markedsføring og salgsstrategi"<sup>20</sup>. Selv om de distribuerer en egen annonseavis, vil det sentrale være hvorvidt potensielle kjøpere får informasjon om boligene. En ulempe med uadressert reklame som Notars annonseavis, er at den ikke kommer frem til de med postkasser merket mot uadressert reklame. Når OPINION på oppdrag fra Bergens Tidende målte hvor mange i Bergen som hadde reservert seg mot uadressert reklame, viste det seg at 38 % av husstandene har gjort dette<sup>21</sup>. Over en tredjedel av de potensielle mottakerne utelukkes dermed fra Notars boligavis, selv om internettsidene til meglerhuset og deres sentrumskontorer riktig nok vil øke tilgjengeligheten. Det kan tenkes at Notaravisens største styrke er den merkebevisstheten denne kan underbygge. En annen fordel ved konseptet er at den også mottas av dem som ikke er avisabonnenter av BT. Det er likevel god grunn til å tro at majoriteten av de som ønsker å kjøpe bolig vil lese fredagens boligbilag i BT. Et av de argumentene meglerhuset anvender i sin reklame er at de har den største boligavisen: "Notar har også Bergens og Norges største boligavis. På landsbasis kommer vi ut med 1.155.400 hver uke" (Notaravisen 18.07.03). Denne argumentasjonen er noe misvisende ettersom avisen kommer ut i lokale versjoner. I hovedsak ønsker selger å henvende seg til de som kan være potensielle kjøpere av vedkommendes bolig, og derfor er det av svært begrenset relevans hvor mange som mottar en annen utgave av avisen i andre landsdeler. Notar fremhever sitt konsept som det suverene. Dette er et klart forsøk på å legitimere seg som det riktige alternativet når det gjelder valg av megler.

For å selge en bolig kan en lett få inntrykk av at Notars verdiregime består i at det eneste riktige er å generere en så høy markedspris for selger som overhode mulig. Dette *markedsbaserte* verdiregimet setter pris og kjøpekraft i sentrum. Dette står i motsetning til det *hjemlige* verdiregimet hvor respekt er en av de viktigste egenskapene man kan inneha

---

<sup>20</sup> Salgsbrev distribuert av Notar til borettslagsbeboere i Bergen Vest, høsten 2001.

<sup>21</sup> Undersøkelsen baserer seg på telefonintervju med 600 Bergensere i perioden 1-8 oktober 2002.

(Boltanski og Thevenot, 1999). Man kan da se at innenfor markedsregimet vil målet bli å fremstille boligen slik at kjøpelysten maksimeres blant mulige kjøpere. Samtidig blir den sterke språkbruken Notar benytter i sin markedsbaserte og salgsoverrettede retorikk lett støtende i forhold til det hjemlige verdiregimet. Da Notar promoterte seg som ”borettslagsspesialisten i Bergen”, distribuerte de blant annet ut et salgsbrev til beboere i borettslag tilhørende Stor-Bergen. Med bakgrunn i at flere borettslagsbeboere ble provosert av Notars beskrivelsen, ble det publisert flere artikler i Bergens Tidende om salgsbrevet:

”Det er med stor interesse og uhemmet glede vi ser boligprisene nå skyter i været i ”Stor-Bergen” land. Vi stiller oss ydmykt på siden... mye av æren for dette skal tilfalle Stor-Bergen! Her hadde man for et par år siden virkelig problemer med slitte og stygge fasader på blokkene. Utearealene lå til forfall, og man observerte med tungt sinn at Bergen Vest var en bydel som var i ferd med å bli en skygge av seg selv. Så satte Stor-Bergen i gang med det som viste seg å bli noe av den mest vellykkede rehabiliteringen byen vår har vært vitne til. Man så raskt hvilken effekt dette hadde. Trivselen i laget steg flere hakk. Barna kom ut igjen på lekeplassen, og men [skrivefeil; man] fikk igjen et levende bomiljø. Hva vil Notar med dette? Vi vil gratulere hele Bergen vest... og videre hjelpe hver og en av Dere å dra ut en så stor gevinst som mulig av resultatet... Det er godt mulig at det er akkurat DIN leilighet som knuser gamle prisrekorder”.

(Salgsbrev distribuert av Notar til medlemmer av Stor-Bergen høsten 2001)

Den delvis degraderende beskrivelsen som reklamematerialet gav, førte til reaksjoner fra Stor-Bergen Boligbyggelag og deres beboere. Innenfor Boltanski og Thevenot sin forståelsesramme vil en beboer ut ifra en hjemlig vurdering oppfatte det som respektløst å få sitt eget hjem omtalt på en slik måte. Hensikten bak det hele er selvsagt å skaffe nye kunder. En slik beskrivelse vil likevel lett kunne virke mot sin hensikt gjennom å skape avstand og misnøye fordi en opplever at livsverden invaderes og bedømmes ut ifra en beregnende målrasjonalitet tilhørende markedsregimet.

### *Vi er best*

De dataene jeg har funnet, tyder på at Notars påstander om at de ”oppnår høyest pris” eller ”finner den kjøperen som gir høyest pris” ikke er berettiget. I det tallmaterialet jeg har mottatt fra Stor-Bergen over oppnådde priser på boliger tilhørende deres tilknyttede borettslag i perioden fra 1/1 til Oktober/ November 2002<sup>22</sup>, oppnår ikke Notar høyere pris enn de andre meglerne. Den samme tendensen gjorde seg gjeldende i de tallene jeg mottok fra Vestbo for

---

<sup>22</sup> (Se appendiks 7.2) Prisdata tilsendt meg 16 Januar 2003 etter at jeg henvendte meg til Stor-Bergen v/informasjonsansvarlig, Per Eystein Thue, og spesifiserte hvilke data jeg trengte. Tallene vedrører salg av boliger i borettslag tilknyttet Stor-Bergen, 2002.

2002. En årsak til at meglerhuset ikke har noen sentral innflytelse på pris, er at det for potensielle kjøpere er *boligen i seg selv* og deres verdivurdering av denne som er avgjørende for hva de er villig til å betale. Man kjøper ikke et hus på grunn av at meglerhuset Gjensidige Nor står som megler, men fordi denne boligen har de riktige egenskapene i forhold til ens ønsker og behov. Disse funnene stemmer også med andre studier (Zumpano, 1996) som understreker at meglers funksjon er å være et effektiviserende mellomledd, og vanligvis ikke har noen statistisk betydning for hvilke pris som oppnås. (Jeg har en gjennomgang av tallene fra Stor-Bergen og Vestbo under avsnitt 4.1.3, ”*Et utvalg av oppnådde priser*”).

Om en skal ta de reaksjonene som kom fra borettslagsbeboerne og de ansatte i betraktning, ser vi at mottakerne av informasjon vil vurdere sannhetsgehalten i forhold til sine egne erfaringer. Det er også rimelig å anta at Notars uttalelser og BTs beskrivelser av disse var et dagsaktuelt tema som ble drøftet blant beboerne. Slik vil det sosiale nettverket kunne være med på å styrke den enkelte beboers overbevisning om at dette var en uheldig fremgangsmåte fra meglers side. Det faktum at meglerhuset i tiden etter denne kampanjen fikk færre oppdrag i et av borettslagene kan tyde på at oppslagene hadde en slik negativ effekt<sup>23</sup>.

#### **4.3.3. Meglerhusenes bruk av statistikk i media**

Jeg vil her fokusere på meglerhusenes bruk av statistisk materiale i avisreklamer. De statistikkene over oppnådde boligpriser som meglerhusene benyttet i sin markedsføring for å ”bevise” hvorfor de er best, har vært svært sprikende i kvalitet. For å fremtre med en seriøs profil må de *harde fakta* tallfestes. Mitt inntrykk er at statistikkene generelt er blitt bedre siden sommeren 2000, men det forekommer enda bruk av statistikk som det er gode grunner til å stille spørsmål ved. Mye tyder på at statistikkene har som formål å fremme de enkelte meglerhusene kommersielt. Jeg vil i det følgende trekke frem noen eksempler på hvordan dette gjøres: ”Av Postbankens prisstatistikk fremgår det blant annet at boligprisene i Oslo sank med 15 % i juli [2000] for så å øke med 15 % igjen i august (Dagens Næringsliv 21.11, 2000:23). Når Postbankens statistikker ble sammenlignet med de andre markedsmonitorene, fremkom det tydelig at den ikke kunne være riktig. Norges Eiendomsmeglerforbund stilte seg kritisk til denne bruken av statistikk:

---

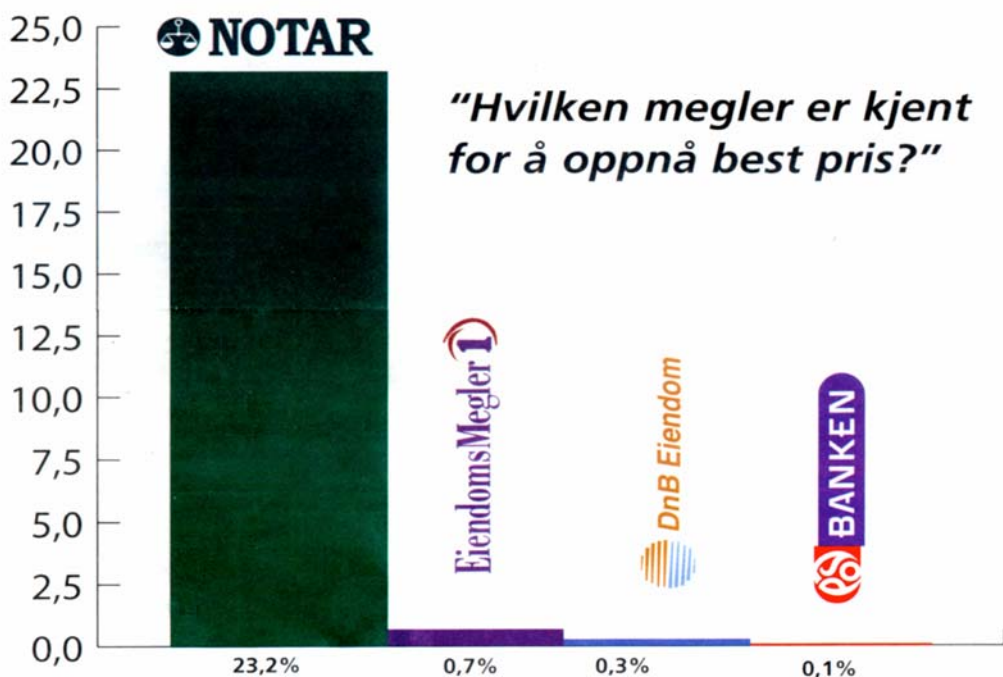
<sup>23</sup> Borettslagsleder i Borettslaget Vestre, Torunn Monsen, opplyste i en telefonsamtale at Notar fikk færre oppdrag i deres borettslag i etterkant av kampanjen. Borettslaget Vestre har 406 leiligheter.

”Statistikker som bare er basert på egne tall i løpet av en måned er for dårlige. Når tallene i tillegg ikke er statistisk bearbeidet blir det faglige grunnlaget for svakt, sier Tveter” (Direktør i Norges Eiendomsmeglerforbund) (Dagens Næringsliv 21.11, 2000:23).

Postbanken Eiendomsmegling ved økonomisjef Pål Christian Roland avviser på sin side denne kritikken: ”Vi ser kritikken fra våre konkurrenter i sammenheng med at vi er i en konkurransesituasjon. Tidligere var det Norges Eiendomsmeglerforbund som kjente boligprisene i Norge. Nå er det vi...” (Dagens Næringsliv 21.11, 2000:23).

**Notar utklasser konkurrentene:**

# Kjent for å oppnå **BEST PRIS!**



Tabellen viser kjennskap til megler som er kjent for å oppnå best pris blant fire av de største landsdekkende meglerkjedene. Antall og prosent. Flere meglere ble registrert i undersøkelsen, men er ikke tatt med i tabellen. Disse meglerne ble målt opp til 1,2 % som beste resultat, mens enkelte meglere overhodet ikke ble nevnt. Undersøkelsen består av et landsomfattende, representativt tilfeldig utvalg på 1000 personer over 15 år (med tilgang til telefon). Utvalget er trukket proporsjonalt i forhold til det enkelte fylkes befolkningstall, og fra Telenors abonnementsregister. Intervjuarbeidet ble foretatt i perioden 4. til 9. juni (uke 23) 2002. Spørsmålet som ble stilt var "Hvilken megler er kjent for å oppnå best pris?". I denne undersøkelsen med et utvalg på 1000 personer, vil feilmarginene variere fra 2 til 3 prosentpoeng. Undersøkelsen er utført av Sentio analyse og rådgivning - www.sentio.no

**Ring idag for en GRATIS og uforpliktende verdivurdering!**

**55 55 97 50**  **NOTAR**  
Yter mer

Figur 3: Helsides reklame trykket på siste side av Notaravisen den 28.06.02.

Under overskriften ”Notar utklasser konkurrentene: Kjent for å oppnå BEST PRIS!”, gjengir Notar statistikk som er utformet på grunnlag av en spørreundersøkelse utført på oppdrag for Notar. Sentio analyse og rådgivning stilte følgende spørsmål til 1000 nordmenn: ”Hvilken megler er kjent for å oppnå best pris?” (Notaravisen 28.06.02). Her oppnår Notar forbløffende høy score sammenlignet med sine største konkurrenter. Notar scorer 23.2 %, Eiendomsmegler1 0.7 %, DnB Eiendom 0.3 % og Postbanken 0.1 %. Summerer vi de oppgitte konkurrentenes score, begrenser den seg til 1.1 % mens Notar aleine scorer 23.2 %. Satt opp i et søylediagram blir Notars score iøynefallende og suveren. Stolpediagrammet feller en tydelig dom over fullstendig utklassede konkurrenter. Overskriften som lyder ”Notar utklasser konkurrentene” bærer med seg en forventning om at det er noe de faktisk gjør. Går man teksten nærmere etter i sømmene viser det seg snart at det her utelukkende er snakk om forventninger. Overskriften om å utklasse konkurrentene danner likevel assosiasjoner til en reell utklassing med hensyn til å faktisk oppnå høyest pris. Leser man denne annonsen i forbifarten, slik nok mange gjør, er det stor sannsynlighet for at man går glipp av dette faktum. Slik sett kan dette betraktes som et eksempel på markedsføring som kan villede betraktelig mer enn den veileder. Denne måten Notar fokuserer forventninger, fremtrer i kontrast til deres slagord om at: ”Notar yter mer”, som står sentralt plassert nederst til høyre på reklamesiden. Dette slagordet oppfatter jeg som svært vagt og befinner seg i et grenseland mellom å representere en lovnad om en mer-ytelse og en forventning om at slagordet også gjenspeiler et faktisk forhold. Den omtalte undersøkelse får frem et helt annet bilde enn hva flere konkurrenters undersøkelser og min egen spørreundersøkelse gjør.

Niklas Luhmann omtaler en generell trend innen moderne annonsering som fremhever en form for ”villedende sannheter” både i tekst og rent visuelt: “Good form destroys information. It appears as though determined by itself, as if requiring no further clarification, as if it immediately made perfect sense” (Niklas Luhmann, 2000:45). Notars annonse er et eksempel på hvordan tilsynelatende statistisk begrunnede sannheter ikke gir leseren noen alternative tolkningsmuligheter. Annonsens budskap fremstår som en selvfølgelighet, og fører frem til en intuitiv enkel konklusjon. Luhmann (2000) nevner også at selv om budskapet fremstilles raffinert, blir ofte de metodiske grepene skjult fra leseren. Formålet til annonsen er dermed å få leseren til å godta budskapet uten at han gies noe grunnlag for innvendinger:

“Conscious attentiveness is only called upon for a very short period of time so that there is no time left for critical appreciation or considered decision-making. What is missing time-wise is made up for with graphicness” (Niklas Luhmann, 2000:44).

For å sette dette i sammenheng med Boltanski og Thevenots teori vender vi igjen tilbake til legitime verdier, eller "worth". Dersom en ønsker å kritisere andre aktører, må vedkommende referere til verdier i denne prosessen, hvor verdiene danner et felles holdningspunkt innenfor eller mellom de ulike regimene. Gjennom et minimum av en delt referanseramme kan andre aktører på det samme feltet evalueres og bedømmes (Boltanski og Thevenot, 1999). Vi har allerede nevnt at innenfor dette teoretiske rammeverket tilhører boligmegling markedsregimet. Dette regimet kjennetegnes blant annet av bytte- og prisforhold. En markedsverdi som dermed blir sentral, er evnen til å kunne måle og sammenligne ulike størrelser. Da har vi igjen vendt tilbake til bruken av statistikk og søylediagram som sammenligningsgrunnlag. På det økonomiske feltet eller innenfor markedsregimet kan man gjerne si at grafisk fremstilte prosentsammenligninger har en vesentlig symbolsk kapasitet i sin formidlingsevne, ettersom tallenes klare tale formidler forventningen om faktaopplysninger. Dermed vil markedsføringen forsøke å fremstå som aktuell i forhold til dette verdiregimet. Når leseren dekoder det bakenforliggende budskapet for overskriften "Notar utklasser konkurrentene: Kjent for å oppnå BEST PRIS!", blir nok dette lett tolket som at utsagnet avspeiler en realitet fordi det refereres til en spørreundersøkelse og dermed dokumenterte påstander. Enda mer rimelig blir det å stole på et enkelt søylediagram. Forbrukerrådet satte en stopper for denne annonsen, og har truet med en bot på 500 000 kr dersom den brukes på nytt. Til tross for dette har meglerhuset også i løpet av den senere tiden benyttet liknende annonser basert på innhentet statistikk. "Boligprisene vil stige!" står det med stor skrift på forsiden under en mindre overskrift om "Norske husholdninger tror på bedring" (Notaravisen, 30.05.03). Denne påstanden er begrunnet med en landsdekkende meningsmåling hvor det fremkommer at fire av ti tror på økt boligpris<sup>24</sup>. Det er nærmest forunderlig hvor stor vekt noen meglere legger på forventningen om økte boligpriser. Jeg mener dette representerer en form for legitimering i forhold til de som vurderer om de skal kjøpe bolig. En investering med positiv avkastning fremstår som fornuftig å involvere seg i. Andre Hitland, daglig leder i Notar Bergen, kommenterer dette i en utgave av den lokale Notaravisen:

"Dersom boligprisene her i Bergen fortsetter å stige i de neste årene... noe som mye tyder på vil skje, skal det godt gjøres ikke å oppnå en god avkastning på sparepenger plassert i boligmarkedet" (09.05.03).

---

<sup>24</sup> Basert på et representativt utvalg av 1000 nordmenn (telefonintervju), gjennomført av Sentio Analyse og rådgivning, april 2003.

En spørreundersøkelse Bergen og Omegn Boligbyggelag (BOB) fikk gjennomført blant 200 av sine medlemmer kan tyde på at Notars lovnader om å oppnå høyest pris også påvirker valget av megler. Av de 200 respondentene som var med i spørreundersøkelsen oppgav 7 stykker at de valgte Notar fordi de forventet Notar ville oppnå et høyere salgsbeløp for boligen enn hva som er tilfellet om de hadde valgt BOB som megler<sup>25</sup> (Markedsundersøkelse gjennomført for BOB, 2002:13). Undersøkelsen forteller også at ingen valgt BOB ut ifra en forventning om høyere pris. 17 oppgav de valgte BOB på grunn av at de solgte en BOB-leilighet, mens 12 valgte BOB fordi deres oppfatter deres meglertjeneste som rimelig priset.

Muligheten for økte boligpriser brukes som en begrunnelse for at det er fornuftig å kjøpe bolig. Det er viktig å nevne at meglerhuset Notar er i godt selskap når det gjelder å bruke forventningene om økende priser som legitimering for boligkjøp. Også i boligprospektene til konkurrerende meglerhus kan vi finne tilsvarende argument. Et prospekt for en liten leilighet på Laksevåg i Bergen som ble solgt 26.08.03 av Postbanken Eiendomsmegling inneholdt lovnader om *"et meget attraktivt strøk som er i prismessig sterk vekst"*. Prisantydningen var på 390 000 kr, men boligen ble solgt for hele 580 000 kr. Dette er også et eksempel på en lokkepris, ettersom det ville være fullstendig urealistisk å anta at boligen ville bli solgt for prisantydningen. Dette var også interessentene klar over, og første bud som ble gitt på selve visningen var på hele 450 000 kr. I en helsides reklame de fire lokale meglerkontorene tilknyttet Postbanken brukte i BT den 29/10.2003, står det estimert et "overskudd" hvor salgssummen på 1.5 millioner trekkes fra prisantydningen på 1.2 millioner og dermed gir et overskudd på 300 000 kr. Den ambisiøse overskriften *"Dette var min drøm..."* står på et bilde av et par føtter i en hengekøye, hvor "overskuddet" er redusert med 60 000 på grunn av reiseutgiftene som spesifiseres med 15 000 kr til fly, 20 000 kr til feriebolig på egen strand, 10 000 kr i lønn og bonus til kokken og 15 000 kr til kamerautstyr. Det humoristiske aspektet er åpenbart, men det er gode grunner til å stille spørsmål ved måten kalkylen er utført på. Jeg mener man bør være svært forsiktig med å anvende begreper som "overskudd" i forbindelse med en så heterogen vare som en bolig representerer. På en helsidereklame Postbanken Eiendomsmegling rykket inn i Bergens Tidende den 03.09.03, brukte meglerhuset følgende overskrift: *"Alle ønsker vel å oppnå best mulig pris? Her kommer et lite knippe av boliger som vi nylig har solgt. Vi lar tallene tale for seg selv"*. Annonsen viste 9 boliger meglerhuset hadde omsatt i den senere tid med til dels store forskjeller mellom prisantydning og salgpris. Differanse varierte fra 120 000 - 610 000 kr. Den nevnte leiligheten var blant eksemplene som

---

<sup>25</sup> Spørreundersøkelsen baserer seg på telefonintervjuer innhentet i Juni og August 2002 av A.S Salgs og Markedsinstituttet.

ble anvendt i annonsen. Det god grunn til å stilles spørsmål ved hvorvidt dette er en rederlig form for markedsføring. Anvendelse av lokkepris har også vært nevnt i media tidligere: ”En undersøkelse foretatt av Aftenpostens aftenutgave viser at 59 av 100 tilfeldige leiligheter hadde en prisantydning under takst. Meglerkjedene legger ikke skjul på at trikset blir brukt” (Nettavisen, 12.09.02). Direktøren i Norsk Eiendomsmeglerforbund, Finn Tvetter, nevnte også denne problematikken: ”Du skal ikke (som megler) gå ut med en pris (prisantydning) som selger ikke vil selge for” (intervju 31.01.02). I intervjuet med Palle Ulstrup, direktøren i Dansk Ejendomsmejerforbund stilte han seg kritisk til denne norske sedvanen: ”Jeg synes det er uprofesjonelt at de norske meglere ikke vet hva prisen på en bolig er. Han må kunne selge den realistisk...” (21.02.02).

Når det gjelder meglerne som er tilknyttet en finansinstitusjon, bruker de også prisargumentet for å fremheve seg selv som den beste megleren. Disse har ikke en like pågående markedsføringsstil som noen av de franchisebaserte meglerhusene, men bruker argumentet om prisstigning som et salgsargument. Dette er en helsides reklameannonse som DNB Eiendom satte inn i Bergens Tidende den 12/10-03 et eksempel på: ”I september solgte vi flere boliger enn noen gang, mest sannsynlig fordi vi er opptatt av det samme som deg – høy pris på boligen!” Formuleringen er betraktelig mer moderat enn hva som for eksempel et franchisebasert meglerhus som Notar anvender i sin markedsføring, men den underbygger hvilken sentral betydning argumentet om ”høy pris” synes å ha for å promotere og legitimere sine tjenester.

#### **4.3.4. Reaksjoner fra Forbrukerrådet og bransjen**

I forbindelse med den avbildede annonsen fattet forbrukerrådet en beslutning hvor gjentakelser fra meglerhusets side ville medføre en vesentlig bot per innrykk. Dette er et forholdsvis radikalt inngrep fra forbrukermyndighetenes side, og det finnes så vidt jeg kjenner til ikke noen tilsvarende tilfeller innenfor meglerbransjen.

”De sier de er kjent for å oppnå best pris. Når de benytter en slik påstand, får folk inntrykk av at de oppnår en høyere pris. Det må de dokumentere”, sier førstekonsulent Snorre Pedersen i Forbrukerombudet (Bergens Tidende, 18.08.02).

Dette synet ble ikke delt av Eivind Rodem, informasjonssjef i Notar Eiendom: ”Det ligger flere undersøkelser til grunn for påstanden. Vi mener vi har dokumentert dette godt nok... Notar vil ikke uten videre godta avgjørelsen” (Bergens Tidende 17.08.02).



I intervjuet med Wenche Øye, Boligssjef i Bergen Boligbyggelag, kom det til uttrykk en frustrasjon over det noen i bransjen oppfatter som en mindre seriøs form for eiendomsmegling:

”Eg må jo si at eg ler når eg ser noen av disse unge guttene, de er jo hyggelige og morsomme mange... men eg syns det er trist at de ikke har ansvarsfølelse for hva de [selger og kjøper] egentlig skal gjennomgå. Det er en stor handel, vi vet at det er traumatisk for folk å selge og skifte bolig... spesielt for eldre som har bygget og bodd der hele livet. Det er jo feil når du tror du får en fagperson når du får en med så lite peiling og som uttaler seg så bombastisk...” (26.03.03).

Det er ingen tvil om at det råder ulike syn innenfor bransjen med hensyn til hva en mener er forsvarlig utøvelse av meglerrollen. Et generelt inntrykk jeg sitter igjen med etter intervjuene er at de ulike meglerkontorene er overbevist om at deres fortolkning og gjennomføring av meglerrollen er den riktige. Det synet Øyen i BOB gir til uttrykk mener jeg representerer en generell frustrasjon innad bransjen, og flere av informantene påpekte det de opplever som en manglende integritet hos enkelte meglere.

#### **4.3.5. Reklame og tillitsdannelse**

Når det man leser i en avisannonse eller et salgsbrev ikke stemmer over ens med livsverden, oppstår det et gap mellom det som loves og det man konkret opplever. Notar sitt slagord om at ”*Notar yter mer*” og de lovnadene om prisrekorder salgsbrevet bebudet, uttrykker en teori man ønsker mottakeren skal forholde seg til:

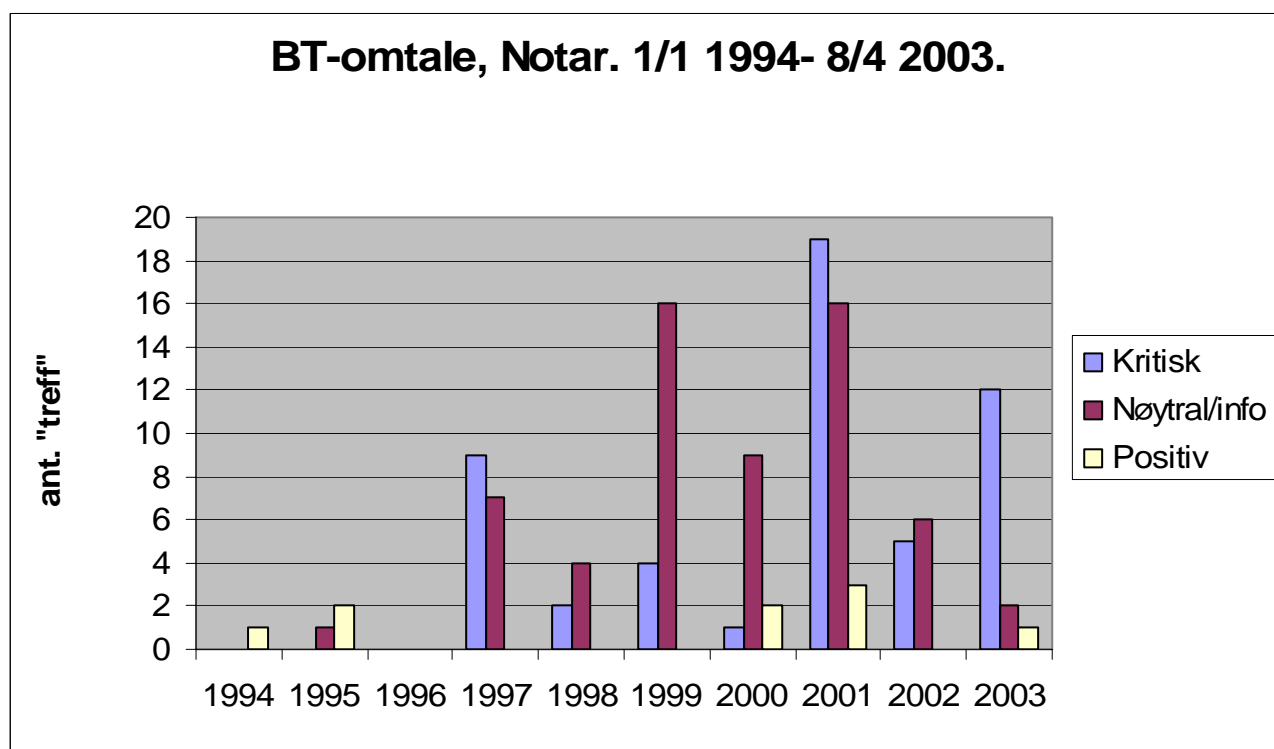
”Vi erfarer at det ved hjelp av et meget godt samarbeid med Stor-Bergen som forretningsfører og Notar som megler kan oppnåes priser man tidligere bare kunne drømme om” (Salgsbrev distribuert av Notar til medlemmer av Stor-Bergen høsten 2001).

Når det ikke foreligger noe tallgrunnlag som underbygger denne uttrykte teorien er formuleringen om ”*vi erfarer*” en begrepsbruk som tøyser strikken svært langt, når det faktisk ikke eksisterer noe slikt samarbeid. Det vil allikevel være svært vanskelig for de personene som mottok dette materialet å ta stilling til påstandene ettersom hver enkelt ikke har noen særlig oversikt og informasjon om hvilke priser de ulike meglerne oppnår. En slik inkonsistens mellom de klare forventningene markedsføringen skaper og de erfaringene kundene gjør seg selv, vil kunne svekke tilliten til meglerhuset blant de som berøres og får kjennskap til denne hendelsen ved at de opplever et negativt avvik mellom deres forhåpninger og den konkrete tjenesten de mottok. Det vil være rimelig å anta at den kraftige tilbakemeldingen Notar mottok for å ha formulert seg slik de gjorde i salgsbrevet, har medført

en større bevissthet når markedsmateriell utarbeides. Allikevel er det mulig at et meglerhus med en så utpreget salgorientert strategi, kan oppleve at meglere blir overivrige i sin tjeneste og at dette også er relatert til den organisasjonskulturen som dyrkes frem.

#### 4.3.6. Medieomtalen

Den første grafiske fremstillingen i figur 4 er en oversikt over den omtalen Notar har mottatt i Bergens Tidende i perioden 01.01.94 – 08.04.03. Totalt fant jeg i denne perioden 122 relevante ”treff” som ble kategorisert etter hvorvidt innholdet kunne oppfattes som ”Positiv”, ”Nøytral/Informativ” eller ”Kritisk”.



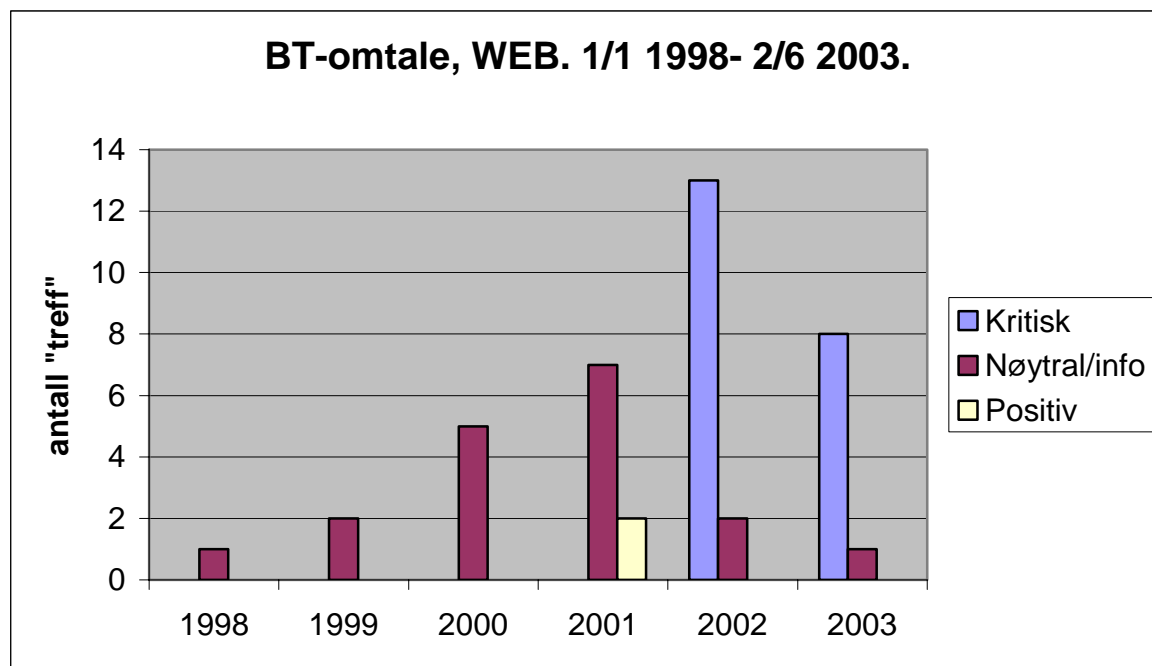
For nærmere beskrivelse av kategoriene se fornote <sup>26)</sup>

<sup>26)</sup> Merknad til "positiv": Notar får som nyetablert selskap (åpnet sitt første kontor i Bergen 2/5 1994) positiv oppmerksomhet i BT. Omtalen bærer til en viss grad preg av at man er nysgjerrig på den relativt nyetablerte aktøren. Her fremstår megleren gjerne som en profesjonell rådgiver i artiklene.

Merknad til "nøytral/informativ": Notar får gradvis mer omtale i BT. Først og fremst er dette artikler hvor notarmeglere, ofte i kombinasjon med meglere fra flere meglerhus uttaler seg om det lokale boligmarkedet, og da ofte i Bergens Tidendes boligbilag, Hus & Hjem. Dette omhandler også artikler som tar for seg markedsandelene meglerhusene imellom.

Merknad til "kritisk": Kriteriet som lå til grunn for å plassere artikkelen i denne kategorien er hvorvidt overskriften eller innholdet i artikkelen gir et kritisk bilde av Notar. Dette omhandler ofte misfornøyde kunder,

Tilsvarende fremstilling av den omtalen WEB Meglerhuset har mottatt i Bergens Tidende i perioden 01.01.98 – 02.06.03 vises i figur 5<sup>27</sup>:



Figur 5: BT sin omtale av WEB

Søkeperiode for WEB Meglerhuset løper fra 01.01.98 – 02.06.03 ettersom meglerkjeden WEB Eiendomsmegling oppstår i 1998 som en sammenslåing av fem frittstående eiendomsmeglere i Bergen. I søket fant jeg 41 relevante "treff". De fleste kritiske artiklene kan for WEB sitt vedkommende føres tilbake til en enkelt bolighandel der det oppstod en rettstvist mellom megler og selger.

Fellestrekk for den kritiske omtalen av begge meglerhusene er at den har oppstått i løpet av de senere årene. For WEB sitt vedkommende er det hovedsakelig omtale av en enkeltstående rettstvist som utgjør den kritiske omtalen, mens for Notars vedkommende baserer den kritiske omtalen seg på et atskillig bredere grunnlag. Dette inkluderer både historier fra misfornøyde kunder, diverse pålegg fra Kredittilsynet og Forbrukerrådet, samt utfallet av noen rettstvister

---

rettstvister eller pålegg fra forbrukerrådet og kredittilsynet. I noen tilfeller er det de samme sakene og oppfølgingsartikler som kommer i avisen på grunn av at det eksempelvis er felt en kjennelse i en domsstol. Andre oppfølgingsartikler tar for seg notars svar på klager/beskyldninger som rettes mot dem. Disse er både plassert i kategoriene "kritisk" og "nøytral" alt etter hvilke inntrykk jeg satt igjen med etter å ha lest dem. Søket er gjennomført ved bruk av søkemotoren til atekst.

<sup>27</sup> Vedrørende kategorisering, tilsvarende foregående fotnote (angående Notar).

angående omsetning av bolig. Noe spesielt er det at Notar har fått sterk kritikk i media for sine arbeidsbetingelser. Dette er særegent for den omtalen Notar har mottatt ettersom det i stor grad har vært fokus på de arbeidsforholdene som råder hos Notar, og da med fokus på ”høyt arbeidspress” og en ”aggressiv salgskultur”. Jeg har ikke funnet tilsvarende artikler i Bergens Tidende om andre meglerhus. Selv om det er godt mulig ikke all den kritikken Notar har mottatt fra kunder og media er like velbegrunnet, vil jeg hevde at den i hovedsak skyldes Notars profil og praksis, og ikke kan tilbakevises med at de er ute etter ”å ta” Notar. Dette underbygges av at Notar i tiden etter etableringen i Bergen i 1994 mottok positiv omtale, mens den kritiske først kom etter hvert som de etablerte seg i markedet og flere kom i kontakt med tjenestene deres. Den økte kjennskapen flere har fått til dem er nok hovedårsaken til at de høstet stadig mer kritiske omtalen i lokalmedia.

#### **4.3.7. Sosiale nettverk og relasjonelle bånd**

*Hvordan kan sosiale nettverk og kommunikasjon bidra til å styrke eller svekke tilliten til bransjen og enkeltmeglerne?*

For å belyse denne problemstillingen vil jeg først vise hvordan et medlemskap i boligbyggelag kan utgjøre en ekstra forpliktelse for boligbyggelagets egne meglere ved at de er del av en organisasjon som har, eller har hatt, et langvarig forhold til kjøperen eller selgeren gjennom vedkommendes medlemskap. Jeg vil også i det følgende ta for med at det i noen av intervjuene ble gitt uttrykk for at publikums tillit til bransjen på visse områder er svekket, noe jeg mener delvis står i relasjon til medieomtalen og de sosiale nettverkene informasjonsstrømmen flyter igjennom.

*Spredning av informasjon via sosiale nettverk*

Det foregående kapittelet kommer frem til at kritisk medieomtale kan ha negative konsekvenser for markedsaktører. Hvordan denne informasjonen presenteres, og hvem som presenterer den, vil ha innvirkning på hvilken troverdighet den tillegges av enkeltmennesket. Det sosiale nettverket med sine sterke og svake bånd vil alltid være en viktig ressurs for å få kjennskap til andres oppfatninger og erfaringer i forhold til en megler. En arbeidskollega eller studiekamerat vil vanligvis oppfattes som upartisk i sine råd, noe som er viktig for å sikre ivaretagelsen av egne interesser. Dette kan forenkle søkeprosessen vesentlig for en boligselger. Med utgangspunkt i informasjon fra en god nabo kan vedkommende eliminere

vekk de som oppfattes å være bransjens ”verstinger” og deretter velge ut noen gode kandidater man så inviterer på synfaring, for å få dannet et inntrykk av enkeltmegleren.

For en kjøper kan det innebære at en rådfører seg med dem man antar er ressurspersoner på dette feltet. Tips om hva en råd til å kjøpe, innrede, og eventuelt pusse kan være verdifull informasjon for førstegangsetablerere. Jeg kjenner til flere tilfeller fra distriktene hvor man ikke vil ha åpne visninger og markedsføring i full skala via lokalmedia, men ønsker å forholde seg til noen få potensielle kjøpere og aktivt bruker sitt sosiale nettverk til å spre informasjon om at en har en bolig for salg. Man er gjerne fornøyd dersom en oppnår takst som salgspris og har ikke noe ønske om å invitere flest mulig inn ”på stuegulvet” for å ha en omfattende budrunde med mange deltakere. Mitt inntrykk er at boliger oftere selges privat på landet enn i byene.

#### **4.3.8. Visningen som en nettverksdannende arena**

I samtale med Britt Jakobsen i Vestlandske Boligbyggelag (Vestbo) kom det frem hvor viktig visningen er for megler når det gjelder å hente inn nye oppdrag. På grunnlag av lang tids erfaring og oversikt i forhold til hvilke meglere som omsetter boliger i de ulike borettslagene, mener hun det fremstår et klart mønster. Når en megler først får ”foten innenfor” et boligbyggelag, får dette lett en selvforsterkende effekt. Dersom naboen har visning er det sannsynlig at de som vurderer å selge bolig også vil kikke innom, selv om de ikke har interesse av å kjøpe. En kan være nysgjerrig på hvordan en visning arter seg og videre danne et bilde av hvorvidt megleren gjør en overbevisende figur. I flere av intervjuene kom det frem at meglerne vektlegger hvor viktig visningen er som et utstillingsvindu for dem selv. Leif Kristian Garvik i DNB understrekte hvilken betydning det har for en god megler å kontinuerlig knytte nye relasjoner:

”Det viktigste er jo å være aktiv i feltet når du er på visninger, snakker med folk i telefonen, folk som spør etter prospekter... Det er hele tiden hva du gjør i kundestrømmen som avgjør om du blir en god megler eller ikke” (Intervju 12.05.03).

For en megler som er dyktig til å etablere relasjoner gir visningen god anledning til å oppnå kontakt med nye kunder, enten de er kjøpere eller selgere. I borettslag tilhørende Vestbo er et typisk utviklingstrekk at en megler i perioder får alle salgsoppdragene. Jakobsen hadde også et tilsvarende inntrykk fra sin tidligere jobb i Stor-Bergen Boligbyggelag. Flere meglere bruker markedsføringsverdien av å ha fått solgt en blokkleilighet ved å distribuere

informasjon om dette i postkassen til beboerne i boligblokken og i nabolaget. Dette er en svært vanlig form for markedsføring innenfor meglerbransjen. Formålet er at en gjennom lokal kjennskap også skal greie å opparbeide et solid fotfeste. En slik markedsføringsstrategi forteller at meglernes i høyeste grad er klar over hvor viktig det er å innarbeide et sosialt nettverk lokalt og forsøke å utvide dette. I de tilfellene der uavhengige meglerhus lykkes i å ekspandere i et område, skjer dette gjerne innenfor et tidsrom med stor dominans, mens det neste år kan være en annen megler som kjører en kampanje i samme område og slipper til som en følge av det. Når det gjelder forholdet mellom boligbyggelagene med egne meglere og deres medlemmer, skaper dette en situasjon hvor det i utgangspunktet eksisterer ulike bånd. Den lojaliteten som kan oppstå ut ifra medlemskap i et boligbyggelag vil dermed kunne representere et komparativt fortrinn i denne konkurransen. I intervjuet med Wenche Øye, boligssjef i Bergen Boligbyggelag ble det belyst hvilken forpliktelse daglig leder for meglernes i BOB opplever de har ovenfor sine medlemmer:

”Vår filosofi er at vi først og fremst skal være et godt tilbud til våre medlemmer og jobbe for dem. Vi skal være lokale og skal være en del av BOB (Bergen og Omegn Boligbyggelag). Vi håper jo på mest mulig kundeloyalitet...” (26.03.03).

Rune Hansen, Direktør i Eiendomsmegler1 Vest vektla verdien av et godt rykte som viktigere enn de markedspromoterende strategiene:

”Vi tok et standpunkt når vi gikk inn i denne meglerkjeden vår at... den typen markedsføring tar vi avstand fra. Vi har lagt oss på en mer informativ linje. Vi er ikke redd for å gå ut og si om vi er noe. Er vi størst i landet så er vi det. Men vi har ikke kastet oss på den retorikken om størst og best... det er ikke gjennom det vi skal vokse; vi skal vokse gjennom at vi skal bli den anbefalte megleren”. (intervju 07.05.03)

Det å bli den ”anbefalte megleren” innebærer nettopp nettverksbygging igjennom det praktiske arbeidet megleren gjør. Verdien av meglere som er overbevisende og dyktige til å kommunisere, vil nok være noen nøkkelfaktorer i forhold til det å gjøre en god jobb innen et så relasjonsbasert yrke. Det er også rimelig å anta at negativ informasjon kan spre seg igjennom slike nettverk, men det er vanskelig å vurdere hvor stor betydning denne spredning vil ha i forhold til informasjonsspredning via media.

#### **4.4. Indikasjoner på mistillit**

Det overordnede siktemålet med dette delkapittelet er å få frem hvilke kilder som bidrar til å svekke bransjens tillit. Jeg fokuserer på de rådende mytene og kunnskapen hos publikum, samt hvordan denne problematikken oppleves innad bransjen og påvirker enkelte meglerhus. En sentral hypotese er hvorvidt en generell sterk tillit hos opinionen gir økt spillerom for opportunistisk opptreden og dermed kan bidra til å svekke bransjens omdømme.

##### **4.4.1. Tillit til bransjen**

Tillitsstudier viser at det norske tillitsnivået generelt er svært høyt. Jeg vil i det følgende ta for meg en studie som viser dette og deretter stille spørsmål ved om det særnorske tillitsnivået er en årsak til at de aktørene som opptrer opportunistisk i så liten grad sanksjoneres. En komparativ studie av Ronald Inglehart redegjør for de forskjellene som foreligger med hensyn til tillitsnivået i ulike land (Inglehart i Warren, 1999). Norge kommer klart best ut i forhold til det generelle tillitsnivået. Deretter er rangeringen Sverige, Danmark og Nederland, mens USA som middelhavsfarer befinner seg et godt stykke bak den ledende grupperingen. I den nedre enden av skalaen finner vi Brasil, Peru, Fillipinene og Tyrkia samt Colombia og Venezuela (Warren, 1999:103).

Erik M. Uslaner har gjennom sine empiriske studier kommet frem til at det i demokratiske land råder en sterkere grad av tillitsfulle holdninger blant befolkningen enn hva som er tilfellet i de ikke demokratiske landene. Han ser denne generaliserte tilliten som en egenskap med det moderne samfunnet, representert ved det moderne demokratiet. Vi kan også se dette i forhold til den generelle velstandsøkningen de demokratiserte landene har opplevd, og det er viktig å poengtere at en økning i et lands BNP ikke representerer noen garanti for styrket tillit blant befolkningen: “What matters is not how rich a country is, but how equitable is the dispersion of income” (Uslaner, 2002:181). Men hvilken betydning har dette for myndighetene og publikums forhold til boligmeglerne og meglerbransjen generelt?

##### *Tillit som grunnlag for opportunistisk opptreden*

Jeg mener det generelt høye norske tillitsnivået er en viktig årsak til at noen aktører innenfor meglerbransjen tidvis har hatt anledning til å bevege seg i gråsonen for hva lovverket og bransjens etiske normer tillater. Ved å overføre sin generelle tiltro til bransjen anser både opinionen og de offentlige institusjonene i utgangspunktet feltet som tillitsverdig. Her

kommer Hardins distinksjon mellom tillit og tillitsverdighet inn i bildet. Tillitsverdighet innebærer et forhold hvor en annen part har innfridd våre forventninger. I de tilfellene viser det seg at tilliten til vedkommende person eller organisasjon er berettiget. En slik svært sterk generell tillit som vi har i Norge tar ikke i alle tilfeller høyde for at den andre parten kan tenkes å bryte med forventningen om en tillitsverdig opptreden. Det vil si at vedkommende velger å ikke ivareta våre interesser. Hvis en enkeltmegler som opptrer opportunistisk er klar over at han løper en svært liten risiko for å bli møtt med negative sanksjoner, vil dette være et insentiv til å fortsette sin opptreden. Det er mulig meglerens bruk av slike virkemidler kan gi komparative fortrinn i konkurranse med andre som ikke utnytter de samme mulighetene. Jeg har tidligere tatt for meg eksempler på hvordan noen meglerhus benytter seg av opportunistiske markedsføringsstrategier som ”lokkepris” og ”lurepriser”. En konsekvens av de to sistnevnte virkemidlene er at man kan oppnå en urealistisk prisforventning. Opportunistisk opptreden bidrar dermed til å gi kjøpere og selgere urealistiske forventninger, samtidig som den generelt svekker bransjens rykte på grunnlag av virkemidler som brukes av et begrenset antall aktører.

#### *Tillit som årsak til manglende sanksjonering fra offentlige institusjoner*

Som jeg i det foregående avsnittet kom inn på kan tillit være de forventningene opinionen retter mot bransjen generelt. Det vil si at en kan ha tillit til en yrkesgruppe eller et system. Niklas Luhmanns systemteori fremhever betydningen av slik generalisert tillit, samtidig som han understreker at systemene selv kan ha generalisert tillit. De ansatte i Kredittilsynet og Forbrukerrådet er systembærere av organisasjonens normer og retningslinjer, samtidig som de har en ”norsk” tiltro til samfunnet. Hvilken betydning kan dette ha for den linjen de to institusjonene har lagt seg på ovenfor meglerbransjen? I et tilfelle avdekket Kredittilsynet en rekke lovbrudd ved meglerkontor i Bergen og Haugesund. Aktørene fikk beskjed om å ”rydde opp” og innføre en praksis i tråd med lovverket. Dette er slik jeg oppfatter det en typisk norsk reaksjonsform fra et offentlig organ. Det gis ikke bøter og en ønsker i det lengste å la ”tvilen komme tiltalte til gode”, slik at vedkommende person eller organisasjon selv skal kunne rette opp manglene. En tilsvarende holdning kommer til uttrykk i tilfellet der Forbrukerrådet forbød videre inntrykk av en annonse. Også i dette tilfellet ble overtramp møtt med svært forsiktige sanksjoner. Det er god grunn til å stille spørsmål ved om en ikke i større grad burde møte slik opportunistisk praksis med sterkere negative sanksjoner. Dette fordi slik praksis kan bidra til å gi visse aktører og meglere komparative fortrinn, slik at majoriteten innenfor bransjen i realiteten diskrimineres. En advokat uttrykte sin frustrasjon over den opportunistiske opptreden i meglerbransjen med at *”det koster jo ingen ting for dem som*



*bryter reglene*". Jeg mener denne spissformuleringen peker på et sentralt poeng ved å understreke at det i dagens boligmarked er rom for opportunistisk praksis.

#### *Tillit og bransjeetiske standarder*

For å styrke den generelle tiltroen til bransjen er de bransjeetiske standardene, så vel som lovverket, viktige størrelser. Normene på et felt lar seg ikke administrere av et lovverk. Dette kom også frem i intervjuet med Johan Arnt Mettevoll, spesialrådgiver ved Kredittilsynets eiendomsavdeling:

"Det er ikke mulig å styre bransjen igjennom forskrifter... her går det på etiske holdninger innen bransjen og hva en faktisk kan foreta seg som megler. Du kan ikke regulere etiske holdninger gjennom forskrifter, det går ikke" (Juni- 02).

I forlengelsen av sitatet reiser det seg et spørsmål om i hvor stor grad den norske meglerbransjen og NEF er i stand til å opprettholde en tilfredsstillende bransjeetisk normstandard. Dersom en straffer medlemmene for hardt kan det fremstå som mer attraktivt å ikke være medlem, men heller opptre som en gratispassasjer. Det er mulig slike forhold til kunne redusere NEF sitt insentiv og deres evne til å i opptre som en ledende og korrigerende kraft i forhold til bransjens etiske normer og praksis.

#### *Tillit som naivitet*

Kanskje vi kan se på naivitet som tvillingen til overdreven tillit, som oftere vil forekomme der forholdene vanligvis ligger til rette for en sterk tillit. I den sammenhengen blir det legitimt å spørre om vi nordmenn i noen situasjoner opptre *for* tillitsfullt ovenfor hverandre. Et paradoks her er at ukritisk tillit kan gi et friere spillerom for opportunistisk opptreden som i andre omgang vil være med på å svekke den tilliten som er en mulighetsbetingelse for opportunistisk praksis.

#### **4.4.2. Brukernes syn på meglerforetak og bransjen**

I spørreundersøkelsen gav 58 kjøpere og selgere i Bergensregionen uttrykk for sine holdninger og erfaringer med meglerbransjen i nærområdet. Det foreligger flere survey-undersøkelser som henvender seg til opinionen, men mitt ønske var å se hvordan den lokale profilen og medieomtalen berørte enkelte meglerhus. Ettersom Notar lokalt har fått svært mye oppmerksomhet i media, fremsto dette meglerhuset som en interessant case å vektlegge i analysen. Hvordan var tilliten i markedet til Notar om vi sammenligner med DNB,

EiendomsMegler1 og WEB? Følgende spørsmål ble besvart: *I hvilken grad er det noen spesifikke meglerhus du har enten **god** eller **dårlig** tillit til*<sup>28</sup>?

Tabell 2: Tabellen viser hvilken tillit respondentene hadde til Notar, DNB, EiendomsMegler1 og WEB.

	Notar	DNB	EiendomsMegler1	WEB
<i>God tillit</i>	0 %	10,3 %	13,8 %	0 %
<i>En del tillit</i>	3,4 %	25,9 %	19 %	1,7 %
<i>Middels tillit</i>	6,9 %	13,8 %	20,7 %	12,1 %
<i>Begrenset tillit</i>	17,2 %	3,4 %	6,9 %	22,4 %
<i>Dårlig tillit</i>	44,8 %	5,2 %	5,2 %	10,3 %
*Ikke besvart	27,6 %	41 %	34,5 %	53,4 %
Total	58 stk	58 stk	58 stk	58 stk

\* Den relativt store andelen som ikke har svart skyldes at dette spørsmålet kun skulle besvares i den grad respondentene hadde noen formening om de enkelte meglerhusene.

I likhet med WEB oppgav ingen å ha god tillit til Notar (verdi 1 på likertskalaen). DNB og EiendomsMegler1 fikk en bedre score, hvor henholdsvis 10,3 % og 13,8 % oppgav å ha god tillit til meglerhusene, mens 25,9 % og 19 % hadde en del tillit til henholdsvis DNB og EiendomsMegler1. Dette viser at 36,2 % hadde enten god- eller en del tillit til DNB mens 32,8 % hadde enten god- eller en del tillit til EiendomsMegler1. Ser vi på tallene fremkommer det at hele 44,8 % av respondentene har dårlig tillit til Notar (verdi 5 av 5 på likertskalaen), mens 17,2 % har begrenset tillit (verdi 4 av 5). Dette gir til sammen hele 62 % som har enten dårlig eller begrenset tillit til Notar. For DNB og EiendomsMegler1 er det henholdsvis 8,6- og 12,1 % som har dårlig- eller begrenset tillit til dem. For WEB sitt vedkommende er det 34,5 % som har enten dårlig eller begrenset tillit til dem.

Tabell 3: Tabellen viser hvilken "gjennomsittskarakter" Notar får i forhold til DNB, EiendomsMegler1 og WEB.

	Notar	DNB	EiendomsMegler1	WEB
Gjennomsnittskarakter	4,43	2,44	2,55	3,89
Standardavvik	0,859	1,133	1,179	0,801
95 % konfidensintervall	*4,16   4,70	2,05   2,84	2,17   2,94	3,57   4,21
Antall respondenter	42	34	38	27

\* 4,16 = øvre grense og 4,70 = nedre grense for et 95 % konfidensintervall.

<sup>28</sup> Se spørreskjemaet i appendiks 7.1 (Spørsmål 14).

En sammenligning av tilliten til de ulike meglerhusene viser at Notar kommer dårligst ut, tett fulgt av WEB, i motsetning til DNB som scorer høyest og marginalt bedre enn EiendomsMegler1. Sammenligner vi Notar med DnB, får Notar verdi 4.43 mot DnB sine 2.44, hvor verdien 1 representerer ”god tillit” og verdien 5 representerer den ”svakeste tilliten”. Notar får den svakeste gjennomsnittskarakteren, mens DNB får den beste. Ellers er det interessant å se at hele 42 respondenter hadde noen formening om Notar, mens bare 34 hadde noen om DnB. WEB er et mindre meglerhus og ikke så kjent blant publikum som DNB og Notar. Derfor er det naturlig at det er færre (27 stk) som har noen preferanser i forhold til dem.

Ved å kjøre en T-test, kom det frem at det foreligger en statistisk signifikant forskjell når en parvis sammenligner gjennomsnittet til Notar og DNB:

Tabell 4: Sammenligning av gjennomsnittene

	95 % konfidensintervall		Signifikans
Par: DNB / Notar	Lav: -2,467	Høy: -1,533	0,000

Ut i fra tabell 4 kan en med 95 % sikkerhet trekke den slutningen at forskjellen i populasjonen mellom gjennomsnittene er mellom -1,5 og -2,5. Det innebærer at den øvre grensen for et 95 % konfidensintervall er på -1,5 mens den nedre grensen er på -2,5. En signifikans på 0,000 nivå innebærer at det er en vesentlig forskjell mellom gjennomsnittene og at vi her har kommet frem til et substansielt funn. Forskjellen mellom gjennomsnittene er signifikant på over 1/10 % - nivå.

Standardavvikene i tabell 3 tyder på at respondentene har mer heterogene holdninger til DNB og EiendomsMegler1, som scoret høyt på tillitsscoren, i motsetning til et mer homogent holdningssett ovenfor WEB og Notar, som scorer lavt på tillitsskalaen. Kun rundt 17 % (10 personer) av respondentene oppgav å ha vært i kontakt med Notar ved siste bolighandel, enten som kjøper eller selger. Disse hadde tilsvarende holdninger til Notar som de øvrige respondentene. Nå vil det nok være flere som tidligere har erfaringer med dette meglerhuset, men at hele 72.4 % av respondentene ikke bare hadde en formening, men et så homogent syn, kan nok i en stor grad tilskrives media og da spesielt Bergens Tidendes dekning av saken. Notar ved daværende daglig leder, Erlend Innset, hadde derimot helt andre tall å komme med: *”På siste måling sa 87 % at de var meget fornøyd med jobben vi har gjort”* (BT, 18.12.01). Dette var hentet fra en undersøkelse Notar selv hadde gjennomført. Da jeg tok kontakt med

journalisten som skrev artiklene om Notar, meddelte han at aldri før hadde noen artikkel medført et så stort antall henvendelser fra publikum. Det kom inn et overraskende antall med tilsvarende historier, hvor publikum stilte seg kritisk til den jobben meglerhuset hadde utført for dem.

Notars slagord om å "yte mer" synes ikke å være i overensstemmelse med det inntrykket majoriteten av respondentene sitter inne med. Innenfor *markedsregimet* er det dermed en klar forventning om at de tallene aktørene fremsetter er korrekte og ikke villeder. Når dette meglerhuset har et ambisiøst utgangspunkt, blir skuffelsen desto større for kundene i de tilfeller der forhåpningene ikke innfris.

#### 4.4.3. Et utvalg av indikatorer fra spørreundersøkelsen

I det følgende vil jeg først ta for meg hvordan respondentene vurderte meglerbransjen generelt og deres egne erfaringer med megler, for deretter å se hvordan respondentene stilte seg til å regulere boligprisene, samt hvorvidt de tror dagens budsystm kan presse opp boligprisene.

##### *Tillit til meglerbransjen*

Den følgende fremstillingen viser hvordan respondentene svarte på spørsmål nr 10: *Hvor seriøs oppfatter du meglerbransjen?*

Tabell 5: Meglerbransjens seriøsitet

<i>Svært seriøs</i>	3,4 %
<i>Seriøs</i>	19 %
<i>Nøytral</i>	55,2 %
<i>Useriøs</i>	13,8 %
<i>Svært useriøs</i>	8,6 %
Totalt	58 stk

Majoriteten har dermed ikke noe spesielt positivt eller negativt syn på bransjen. Tabellen viser at respondentene har et relativt differensiert bilde av bransjen, men at de fleste oppfatter den som middels seriøs.

##### *Respondentenes individuelle erfaringer med megler*

Nå som vi har undersøkt de generelle holdningene til bransjen, er det interessant å sammenligne dette med hvilke individuelle erfaringer respondentene har med megler. Den følgende fremstillingen viser hvordan respondentene svarte på spørsmål nr 11: *Er du fornøyd med den tjenesten megleren leverte i ditt tilfelle?*

Tabell 6: Tilfredshet med tjeneste

* <i>Svært fornøyd</i>	19 %
<i>Fornøyd</i>	31 %
<i>Nøytral</i>	34,5 %
<i>Misfornøyd</i>	8,6 %
<i>Svært misfornøyd</i>	6,9 %
Total	58 stk

\* 10 av de som oppgav å være "svært fornøyd" var kjøpere, mens kun 1 respondent var boligselger. På de andre kategoriene skilte ikke kjøperne seg fra selgerne.

Det kommer frem et atskillig mer positivt bilde når vi ser på respondentenes egne erfaringer. 19 % oppgir å være svært fornøyd med tjenesten og 31 % oppgir å være fornøyd. Hele 50 % var dermed enten svært fornøyd eller fornøyd med den tjenesten de mottok. 34,5 % oppgav å være middels fornøyd, 8,6 % var misfornøyd mens 6,9 % var svært misfornøyd. Det er dermed rimelig å si at de fleste respondentene er relativt fornøyd med den tjenesten de mottok, hvilket jeg mener er paradoksalt i forhold til at majoriteten av respondentene oppfatter bransjen som middels seriøs.

#### *Sammenheng mellom ens vurdering av meglerbransjen og den tjenesten en mottok*

I det foregående har jeg tatt for meg hvilke holdninger respondentene har til bransjen samt hvilke erfaringer de har med meglere. I dette avsnittet vil jeg komme nærmere inn på sammenhengen mellom disse variablene.

Jeg kjørte en korrelasjonsanalyse for å se om det var noen sammenheng mellom hvordan respondentene svarte på spørsmål nr 11; *Er du fornøyd med den tjenesten megleren leverte i ditt tilfelle?* og spørsmål nr 10; *Hvor seriøs oppfatter du meglerbransjen?* En positiv Pearson korrelasjonskoeffisient på 0,529 viste at respondentene i stor grad oppgav parvise like svar på disse to spørsmålene med hensyn til hvilke verdi de valgte. Dataene kan tyde på at det gjør seg gjeldende en sosialpsykologisk mekanisme blant respondentene, ved at de opplever å selv ha mottatt en bedre tjeneste enn hva som er representativt for bransjen generelt. Leon Festinger (1964) har ved å sammenligne en rekke studier av enkeltindividets evaluering av sine egne valg, kommet frem til at vi har et behov for å *etterrasjonalisere* de valgene vi fatter. Dette kan være et forsøk på å etablere en konsistens mellom egne valg, og konsekvensene av disse. Når respondentene i spørreundersøkelsen oppgav å være mer fornøyd med den tjenesten de selv hadde mottatt enn deres tillit til bransjen, så stemmer dette

godt over ens med Festingers tese om etterrasjonalisering som en legitimering og favorisering av egne valg: "Once the decisions is made, however, and dissonance-reduction begin, one should be able observe that the difference in attractiveness between the alternatives changes, increasing in favour of the chosen alternative" (Festinger, 1964: 8).

#### 4.4.4. Er opinionens tillit svekket?

I Intervjuet med Tone Osland i StorBergen boligbyggelag kom det frem en problemstilling de i økende grad møter i dagens marked:

"Det er flere som nå vil ha innsyn i budrunden fordi de mener det har vært noe rusk og fanteri i budrunden. De tror ikke det gjøres korrekt! Da går jeg gjennom budloggen med dem. Det synes jeg er veldig synd... at den tilliten ikke er der!" (13.03.03).

Den store og til dels negative oppmerksomheten meglerbransjen har mottatt i lokalmedia har nok vært av betydning når det gjelder hvilken oppfatning opinionen har fått av bransjen. Spesielt har omtalen av "falske bud" vært en gjenganger i avisene, uten at det finnes bevis på at dette faktisk har forekommet. Johan Arnt Mettevoll, spesialrådgiver ved Kredittilsynets eiendomsavdeling har ikke mottatt noen henvendelser angående falske bud som har vist seg å holde stikk, og opplever denne mistenksomheten som manglende kunnskap blant kjøpere og selgere:

"Innsikten i markedspris for dem som sitter på eiendommen er ofte ikke den aller beste, og det samme gjelder dem som skal kjøpe. Man har en annen oppfatning enn markedet... det bør gå billigere og er for dyrt, og kan derfor ikke være markedspris men må være manipulert" (intervju, juni 2003).

#### *Betydningen av negativ omtale for et meglerhus*

Jeg vil her ta for meg hvordan Erlend Innset, tidligere daglig leder i Notar Bergen, opplevde at den kritiske medieomtalen innvirket på arbeidsmiljøet. Intervjuet med Innset ble til en viss grad preget av at meglerkontoret over lengre tid og i forholdsvis stor utstrekning hadde mottatt kritisk omtale i media.

"Megleryrket er i seg selv ikke noe luksuriøst yrke. Det er klart du merker det [negativ medieomtale]. Eg vet ikke hvor mange positive artikler du har sett om meglere de siste 10 årene?! Det er ikke noe interessant med alle de gode eiendomshandlene megler har gjort. Det som er interessant er å skrive om når de driter seg ut. For da får du den storyen hvor den lille mann står mot den store! Det er alltid... interessant". (07.05.03)

Det fremkom også et perspektiv hvor denne kritikken kan oppfattes som et institusjonalisert spill, hvor markedsleder nærmest automatisk og som en konsekvens av sin posisjon vil få hard medfart i folks omtale og i mediene:

”Men det er også en del av gamet... går du inn i forsikringsbransjen... altså, det er de store dyre forbrukerfeila du gjør. Altså, hvis megler gjør, eller en annen part mener megler at du har gjort noe feil, så er du dømt! Det er jo en industri som har vokst fort og blitt stor, og som markedsleder i det gamet der så må vi ta en del av kaka... kommer ikke utenom det. Eg skal love deg, vi har prøvd det ... [unngå å gjøre feil] men folk gjør feil! Dessverre...”. (07.05.03)

Til en stor grad oppfatter jeg dette som en form for ytre kontrollplassering hvor årsaken til feilene plasseres utenfor Notars rekkevidde og handlingsromm. Dette ble også spissformulert i intervjuet med Innset ved at avisredaksjonen og enkeltjournalisters rolle i dette ”spillet” ble nevnt:

”Vi opplevde ikke den omtalen der [i Trondheim] men det har sikkert med redaksjonen sin prioritering... Det forekommer jo i bransjen ”skitpakker”, hvis du kjenner begrepet. Det er forskjellige ting som er ganske tunge å gå inn på her da, og som man blir utsatt for. Men det må du på en måte forvente... altså i fjor solgte vi 1700 boliger, det blir 3400 kunder. Dette kontoret her [Bryggen, Bergen] var i fjor Skandinavias største eiendomsmeglerforetak. Ingen var i nærheten av å selge så mange boliger!”. (07.05.03)

Dette settes av Innset videre i sammenheng med Notars trønderske opprinnelse og den dominerende markedsposisjonen de har opparbeidet seg i løpet av noen få år:

”Du går inn i et marked hvor du tar markedsandeler fra dem du konkurrerer med, de store finansinstitusjonene... DNB, Postbanken, SpareBank1, Gjensidige NOR... de store aktørene i Bergen. Og det er jo klart at dem syns jo ikke det er no’ gøy at det kommer inn et trøndersk selskap i markedet deres og ”stjæl” markedet deres, og samtidig blir markedets største! Og da får du en del slike vinklinger på veien og en del løp, hvor noen står frem og sier noe....”. (07.05.03)

Her formidler respondenten en opplevelse av en stemplingsprosess som Innset mener har til hensikt å sverte Notars rykte. Dette omhandler relasjoner mellom konkurrerende meglerhus, samt mellom Notar og lokalmedia. Men også internt for meglerorganisasjonen er dette av betydning:

”Det som eg trur, når du er inne på pressen.... Det er veldig mye psykologi innenfor organisasjonen som foregår... Når det står på og journalistene ringer deg og hoster opp det her, så er det veldig god terapi å ha en medierådgiver. For den største skade skjer ofte internt i organisasjonen... altså meglernes synes det er ekkelt”. (07.05.03)

Samtidig gav Innset i intervjuet uttrykk for sin refleksjon rundt betydningen og effekten av den kritiske medieomtalen:

”Hvis eg spør deg hva som stod på forsida av VG for tre dager siden, så har du glemt det. Eg skal ærlig innrømme det at når eg ser at en [person] ikke har fått utbetalt penger for en nakkesleng av Vesta, så husker ikke eg det. Eg kjøper tjenester av dem selv om de har vært i media, og sånn er det også for eiendomsmegling. ”All right” det skjer feil, det er mennesker... morsomt å lese om han som ble lurt eller føler seg lurt”. (07.05.03)

#### *Fallende markedsandeler*

Det er rimelig å anta at den kritiske medieomtalen Notar og WEB har mottatt i media har vært med på å etablere en kritisk holdning til meglerhusene blant publikum. Mye kan tyde på at begge meglerhusene tapte markedsandeler som en følge av den kritiske medieomtalen. WEB som et lite meglerhus er kanskje ekstra sårbart ettersom det disponerer begrensede midler til å markedsføre seg. En vesentlig årsak til at Notar i løpet av noen få år greide å opparbeide seg til å bli den største megleren i Bergen, er deres massive markedsføringsinnsats. De har bygd opp et merke det knyttes klare forventninger til, og som stort sett alle kjenner til. Hvis en bedømmer ut i fra hvor mange boliger de ulike meglerhusene har for salg, er det mitt inntrykk at Notar i Bergen nå har tapt markedsandeler med hensyn til de mest attraktive og sentrumsnære boligene. Jeg vil hevde det i stor grad henger i sammen med at mange kunder ikke kjenner igjen de høye forventningene Notar har skapt ut ifra sin markedsføring i forhold til den tjenesten de faktisk yter. Dette har videre resultert i misfornøyde kunder som i en viss utstrekning henvender seg til journalister for å klage sin nød.

#### **4.4.5. Markedsandeler for Stor-Bergen og Notar**

Ettersom Stor-Bergen er forretningsfører og har oversikt over det som omsettes av boliger innenfor sin organisasjon, var det klargjørende å få tall over markedsfordelingen de senere år. Boligene som er med i undersøkelsen er primært blokkleiligheter omsatt i Bergen vest, nærmere bestemt Loddefjord, Olsvik og Laksevåg i perioden fra 1/1 2002 til rundt Oktober/November 2002.

For år 2000 ble det totalt omsatt 578 leiligheter. Notar omsatte 57 (10 %) og øvrige meglerhus 37 (6,4 %). Resten ble omsatt av Stor-Bergen: 484 (83,6 %). For år 2001 ble det totalt omsatt 644 leiligheter. Notar omsatte 82 (12,7 %) og øvrige meglerhus 69 (10,7 %). Resten ble omsatt av Stor-Bergen: 493 (76,6 %). Totalt ble det fra 1/1 2002 til 29/11 2002 omsatt 525



leiligheter. Notar hadde solgt 58 leiligheter (11 %) og øvrige meglere hadde solgt 66 leiligheter (12,6 %). Stor-Bergen solgte 401 leiligheter (76,4 %) (kilde Stor-Bergen). Sammen med denne oversikten sendte Per E. Thue, informasjonsleder i Stor-Bergen, en kort beskrivelse av den trenden tallene uttrykker:

”Som du ser av tallene er Notar vår største konkurrent. De har imidlertid ikke klart å øke sin markedsandel i våre lag fra 2001 til 2002. De andre eiendomsmeglerne har derimot økt sine andeler noe. Som du også vil se har vi mistet ca 8 % markedsandel til øvrige konkurrenter fra 2000 til 2002. Isolert sett er vi imidlertid godt fornøyd hvis vi klarer å holde vår posisjon med omlag 75 % andel av borettslag som er tilknyttet Stor-Bergen” (e-mail, 28.11.02).

Tallene viser at Notars andel av omsatte leiligheter i Stor-Bergen er forholdsvis stabil fra år til år. Det virker dermed ikke som om deres storsatsing har gitt noen vesentlig virkning. Jeg fikk også opplyst fra Stor-Bergen at Notars markedsandel i de foregående årene har ligget på det samme nivået. Ettersom meglerhusets markedsandel har vært stabil, kan det være rimelig å stille spørsmål med effekten av den svært offensive promoteringsstrategien Notar har lagt seg på. Deres markedsandel synes ikke å styrkes over tid i forhold til markedsføringsinnsatsen, derimot er det mye som tyder på en kortsiktig effekt av slik salgsfremmede innsats ved at de i løpet av satsingsperiodene greier å hente en del oppdrag.

Den tilknytningen enhver beboer har som medlem til S-B, kan være med å etablere et bånd som også påvirker tillitsaspektet. Det er ikke usannsynlig at et medlemskap kan ha implikasjoner for hvem man velger som megler. Statistikken viser at Stor-Bergen som megler i løpet av de tre siste årene har greid å opprettholde en stabil høy markedsandel på megling av medlemsboliger på mellom 76- og 84 %. Dette må sies å være en solid posisjon tatt i betraktning de markedsandelene andre meglere har, og jeg tolker Stor-Bergens markedsposisjon som en form for tillit når det gjelder deres funksjon som boligmegler. Jeg mener dermed at en sentral grunn til at S-B har greid å opprettholde en så høy markedsandel er den langsiktige relasjonen de opparbeider seg i forhold til sine medlemmer. Et annet konkurransefortrinn vil være den inngående kjennskapen deres meglere har til boligmassen tilhørende S-B. Ved å konsentrere seg om boliger tilhørende S-B gir dette en langt bedre anledning til å få dybdekunnskap om leilighetene i forhold til de meglerne som dekker hele markedsspekteret.

#### 4.4.6. Meglers status i de ulike systemene. Noen likhetstrekk.

Et interessant element som ble gjentatt i flere av intervjuene var hvordan meglerbransjen selv betrakter publikums holdninger til dem. Intervjuet med Palle Ulstrup, direktør i Dansk Ejendomsmæglerforening, gav en viss begrunnelse for hvorfor meglere blir vurdert med en viss mistenksomhet av publikum:

”Han [megleren] skal kunne selge varen. Megleren vil alltid ha et litt dårlig image, en megler skal være en sånn litt smart fyr. Det skal ikke være en sånn dårlig kjedelig bankmann og trygghetsnarkoman som skal ha fast lønn. En god megler skal være på ren provisjon... Fordi det er den type mennesker, og det skal de vel være for ellers er de ikke noen god megler. Så tror jeg alltid det er noen mennesker som alltid vil ha et ry av å være litt ”smarte”... ahh [sier folk flest] de kjører store biler... [og bruker] mobiltelefoner og Armanidress”. (21.02.02)

Selv om meglerbransjen er profesjonalisert som en følge av senere års kjededannelse, mener Ulstrup at dette ikke ennå har slått helt igjennom for bransjens image. Likevel mener han bransjen har et forholdsvis godt rykte i Danmark sammenlignet med andre land: ”Den [tilliten] er ikke så dårlig som mange andre steder. Men det man godt kan si er at megleren har et sånn litt... halvdårlig rykte” (21.02.02). Jeg har tidligere vært inne på det jeg oppfatter som å være bransjens imageproblem her hjemme, hvor meglerne har opparbeidet seg et rykte for å være noen pengeglade, pent antrukne unge menn uten bekymringsverdig mye kompetanse. Også i en del av de gjengitte intervjuene kommer det frem at meglerne til dels møtes med en kritisk holdning blant publikum i Bergensområdet. Derfor kan det virke som om meglerne både innenfor det danske og norske meglersystemene møtes med noen tilsvarende holdninger fra publikums side.

## 5. Oppsummering og drøfting

I dette kapitlet vil jeg bruke funnene i analysen til å svare på oppgavens problemstillinger og deretter drøfte noen av de funnene jeg gjorde.

### 5.1. Oppsummering

Oppgavens hovedproblemstilling tok sikte på å ”vurdere hva som er med på å påvirke utviklingen av tillit og mistillit i forbindelse med eiendomsmegling”. Denne fungerte som en overordnet innfallsvinkel, men jeg trengte å konkretisere den i underproblemstillinger som fanger opp ulike enkeltaspekt. Den første av disse var: *Hva er det ved boligmarkedets særegenheter som kan skape usikkerhet omkring den ene partens vilje og evne til å ivareta den andre partens interesser, og dermed påvirke den risikoen aktørene opplever?* To viktige trekk ved boligmarkedet er varens heterogene karakter og det at kjøpere og selgere har begrenset erfaring med denne formen for transaksjoner. Dette skaper et vesentlig rom for usikkerhet. I arbeidet med problemstillingen kom jeg blant annet frem til at NEF sin Klagenemnd kan være med på å redusere den risikoen kjøper og selger opplever. Lovverket ansvarliggjør dessuten partene gjennom et sett av rettigheter og plikter. Videre kan konkurransesituasjonen virke disiplinerende på meglerne og dermed redusere faren for opportunisme. I visse tilfeller er det mulig at megler vil kunne forfølge sine egne interesser, selv om disse er i konflikt med kundens. Et tilfelle hvor en megler anbefalte en kostbar markedspakke til en kunde som skulle selge en billig hybel underbygger denne problematikken. Meglerens primære kunde, selgeren, kan forvente å redusere sin risiko ved å overlate salgsarbeidet til en megler. Megleren kan også redusere kjøpers risiko ved blant annet å sørge for at selger opplyser om alle mangler ved boligen.

En amerikansk studie (Zumpano, 1996) hevder at megler ikke har noen selvstendig innvirkning på pris. Mine data indikerer at boligmeaglerne i sin markedsføring har en hang til å overdrive sin egen betydning for den prisen som oppnås. Notar er kanskje den megleren i Bergen som i størst grad har en aggressiv markedsførings- og konkurransestrategi. Når jeg sammenlignet hvilke priser de oppnådde i borettslagsleiligheter tilhørende Stor-Bergen Boligbyggelag og Vestbo, tydet tallene på at Notar oppnår om lag de samme prisene på leiligheter som sine konkurrenter.

Den andre underproblemstillingen var den følgende: *Gitt at varen har en karakter som skaper usikkerhet, hvordan kan de involverte institusjonene bidra til å redusere risikoen og skape tillit til transaksjonspartnerne i forbindelse med omsetning av bolig?*

I flere av intervjuene etterlyses det en konkretisering av det norske lovverket. Når jeg sammenlignet norske og danske lovgivning, fikk jeg et inntrykk av at man i Danmark har vært flinkere til å formulere forskrifter som gir detaljerte føringer i forhold til meglers praksis. Informantene gav også uttrykk for at det er et behov for å tydeliggjøre meglerrollen.

En amerikansk studie (Currall og Schrag, 2000) tar for seg hvorvidt megler bør representere kjøper eller selger. Deres empiriske materiale tyder på at man ved å gå fra et selgerorientert til et kjøperorientert meglerregime, oppnådde flere gunstige effekter. Flere stater ønsket en slik dreining da man i tidligere studier (Dunlap, 1988) hadde kommet frem til at boligkjøperne ikke oppfattet meglerne som så kundevennlige som meglerne selv oppfattet seg. Som en følge av denne ubalansen, ble det gjort lovendringer i en rekke stater for å få en mer kjøperorientert meglerpraksis. Jeg mener en årsak til hvorfor meglerbransjen har en forholdsvis svak tillit hos respondentene som var med i spørreundersøkelsen, står i forhold til den norske salgsoverorienterte meglerrollen.

Et tema i oppgaven har vært å belyse det norske budsystemet i forhold til det danske. Mens det norske budsystemet baserer seg på å oppnå markedspris igjennom en budspiral, vil megler i Danmark sette en salgspris som er nærmest mulig hva megler forventer selger vil oppnå for boligen. Den danske budpraksisen gjenspeiler i større grad en reell prisantydning enn hva som er tilfellet innen den norske budpraksisen. En Australsk studie (Lusht, 1996) kommer frem til at auksjoner genererer en høyere salgspris enn private forhandlinger. Her sammenlignet en salg som ble gjort via private forhandlinger med de salgene som ble gjort ved å få alle de potensielle interessentene til å by. Siden det er viktig for både de norske og de danske meglerne å markedsføre boligen godt, og slik nå ut til flest mulig interesserte, mener jeg det er rimelig å anta at en ikke oppnår høyere priser innenfor det norske enn innen det danske systemet fordi begge baserer seg på et auksjonsprinsipp, og ikke private forhandlinger.

Flere av informantene var oppgitt over den utstrakte bruken av *lokkepris* blant enkelt meglere. Dette går ut på å oppgi en urealistisk lav prisantydning for å lokke flere potensielle kjøpere på visning. Mitt inntrykk er at dette er et flittig benyttet virkemiddel. Det norske budsystemet gir rom for slik praksis fordi en ikke trenger å anvende prisantydningen som en realistisk salgspris, men et utgangspunkt for en auksjonsrunde. En svensk studie foretatt av forskere ved

Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm, konkluderer med at lokkepris fremstår som et uegnet virkemiddel for å oppnå høyest mulig pris (Dagens Næringsliv, 27.11.03). En bør i følge denne studien legge prisantydningen i det øver leie av hva en forventer å få for boligen for å oppnå en høyest mulig pris. Dersom en legger prisantydning for lavt, vil dette resultere i en dårligere salgspris.

*Lurepris* innebærer at megler forespeiler selger en urealistisk høy salgspris for å få boligen inn i sin portefølje. Dette er et annet virkemiddel som benyttes av enkelte meglere. Leif Tveter i NEF og Palle Ulstrup i DE, gav begge uttrykk for at dette er aktuelle problemstillinger innen deres bransje. I etterkant "kjøles kunden ned" når vedkommende ikke oppnår denne prisen. Det er imidlertid svært få som velger å bytte megler, og flere informanter uttrykte sin frustrasjon over at en del meglere spekulerer i dette. En årsak til hvorfor slike virkemidler tas i bruk kan være den økte konkurransen som meglerne møter i dagens boligmarked.

Surveyen fikk frem at respondentene opplever det har vært en yrkesetisk svekkelse innen meglerbransjen i løpet av de senere årene. Også i noen av intervjuene gav informantene uttrykk for at meglerne i dag møtes med større mistenksomhet enn hva som tidligere var tilfellet. Noen av informantene mener dette skyldes den økte aggressiviteten som har oppstått blant en ny generasjon rendyrkede selgere med mangel på faglig dyktighet. En studie blant norske meglere og meglerstudenter (Brinkmann, 2000), tyder på at en trenger en sterkere etisk bevissthet. I intervjuet med Hildur Høyland, direktør i OBOS, ble det nevnt at studentene ved eiendomsmeglerstudiet etterlyste etikkundervisning. Det er flere måter de involverte institusjonene kan bidra til å redusere risikoen og skape tillit mellom transaksjonspartene. Et bidrag vil være å bidra til å styrke den etiske bevisstheten i studiet.

Den tredje underproblemstillingen var som følgende: *Hvordan kan sosiale nettverk og kommunikasjon bidra til å styrke eller svekke tilliten til bransjen og enkeltmeglere?*

Tostegshypotesen sier at den informasjonen vi mottar via media bearbeides og kommuniseres gjennom våre sosiale nettverk. Mathiesen (1994) henviser til tostegshypotesen og fremhever at mediens budskap tolkes i våre sosiale nettverk. Det var interessant å avdekke hvordan en av Notars reklamekampanjer medførte sterke reaksjoner hos mottakerne av et salgsbrev de sendte ut til borettslagsbeboere høsten 2001. Notar fikk også pålegg fra forbrukermyndighetene om å ikke gjenta en annonse som baserte seg på en villedende bruk av statistisk materiale. Disse forholdene ble tatt opp i blant annet Bergens Tidende, noe som sannsynlig vis har vært med på å påvirke opinionens holdninger til meglerforetaket. Min

kartlegging av Bergens Tidendes sin omtale av Notar og WEB, avdekket at dekningen har blitt stadig mer kritisk. Også i min egen survey er det Notar som har lavest tillit blant respondentene, mens WEB kommer nest dårligst ut. DNB og EiendomsMegler1 har derimot god tillit blant respondentene. Dette innebærer at kritisk medieomtale og måten denne informasjonen spres igjennom sosiale nettverk påvirket respondentenes tillit til enkeltmeglerne.

Tall fra Stor-Bergen Boligbyggelag viser at deres meglere omsetter en svært høy andel av de boligene som selger i deres tilknyttede borettslag. Det er rimelig å anta at beboernes medlemskap i S-B representerer en langtidsrelasjon som vil kunne medføre at S-B fremstår som et førstevalg. Dette gjør det vanskelig for andre meglere å konkurrere fordi S-B har et komparativt fortrinn.

## **5.2. Drøfting**

I den følgende drøftingen vil jeg i det første avsnittet ta for meg hvilke holdninger som kom til uttrykk i spørreundersøkelsen og betydningen av medias omtale. Samtidig er det av interesse å vurdere hvilken rolle det særnorske tillitsnivået spiller for hvordan en møter opportunistisk praksis. Det andre avsnittet stiller spørsmål med om det er behov for et bedre fungerende boligmarked, og hvilket ansvar myndighetene og bransjen har i så måte. I det tredje avsnittet ser jeg fremover og gjør meg opp en mening om hva meglerne kan bli dyktigere på.

### **5.2.1. Meglerbransjens seriøsitet og det norske tillitsnivået**

Opgaven har i hovedsak tatt for seg hvilke forhold som direkte eller indirekte har innflytelse på den tilliten de involverte partene og publikum har til både enkeltmeglere og bransjen generelt. Spørreundersøkelsen tyder blant annet på at de involverte respondentene har et til dels svært ulikt syn på de lokale meglerhusene. Når vi ser på medieomtalen karakter, er det rimelig å anta at den kritiske omtalen meglerhusene Notar og WEB mottok i Bergens Tidende har hatt en viss innflytelse ovenfor publikums holdninger. På den ene siden har medieomtalen en direkte innvirkning gjennom at leseren påvirkes av artikkelens innhold. På den andre siden vil omtalen utøve en indirekte innflytelse ved at informasjonen formidles gjennom mottakerens sosiale nettverk, hvor signifikante andre personer kan ha særlig innvirkning. De

som selv har erfaringer fra boligmarkedet vil videre danne seg et inntrykk basert på sine opplevelser. Den forholdsvis sterke tilliten til DNB Eiendomsmegling som kom til uttrykk gjennom min spørreundersøkelse, kan blant annet skyldes deres tilknytning til et større konsern, samtidig som DNB er et innarbeidet merkenavn. Et annet funn som kom frem i spørreundersøkelsen var at respondentene hadde et bedre inntrykk av den tjenesten de selv mottok enn av bransjen generelt, hvilket kanskje gjenspeiler at meglerne opptrer mer seriøst enn de forventes å gjøre. Eller sagt på en annen måte; at de generelt fortjener et bedre rykte enn hva de har. Dette står i så fall i stil med hva som kom frem i intervjuet med Palle Ulstrup, direktør i den Danske Eiendomsmeglerforeningen. I intervjuet gav han uttrykk for at det var et ”etterslep”, hvor det han opplevde som å være en økt seriøsitet og kvalitetsbedring innad den danske bransjen ennå ikke har slått ut i et bedre rykte. En alternativ tolkning av at tilfredsheten med tjenesten er sterkere enn tilliten til bransjen, kan være den etterrasjonaliseringen hver enkelt gjennomgår. Festinger (1964) avdekker gjennom flere studier at det foreligger et behov for å legitimere sine valg i etterkant av en beslutning. Som en følge av dette vil det kunne oppstå en mer velvillig innstilling til den megleren en selv valgte i forhold til hvilken holdning har til bransjen for øvrig. En sannsynlig forklaring på hvorfor de fleste respondentene er fornøyd med den tjenesten de mottok, er imidlertid at meglerne håndterer de fleste bolighandler slik at partene er fornøyd. Samtidig indikerer surveyen at enkelte av meglerhusene har et dårlig rykte, og det er rimelig å anta at dette oppstår på grunn av måten de har håndtert bolighandler.

Gjennom en komparasjon mellom det norske og det danske meglersystemet, oppdaget jeg at det Danske lovverket i større grad er konkretisert enn hva som er tilfellet i Norge. Dette kan delvis skyldes det særnorske tillitsnivået, hvor det både fra myndighetene og de politiske miljøene er en vegring mot å gripe inn, og en primært ønsker at bransjen på egen hånd skal komme frem til hensiktsmessige løsninger. Det særnorske tillitsnivået kan bidra til at man som nordmann er impregnert med en generell godvilje. En konsekvens av det særnorske tillitsnivået er at det kan gi rom for opportunistisk opptreden dersom denne godviljen glir over i en form for snillisme. Dette kan munne ut i en usikkerhet hvor rammebetingelsene ikke er klarlagt igjennom et tilstrekkelig konkretisert lovverk, noe som kan være uheldig for de involverte partene og blant annet medføre begrenset forutsigbarhet. Dersom man både fra myndighetene og bransjens side ikke er flink nok til dette, sender man indirekte et signal til resten av bransjen om at opportunisme er ”akseptabelt”, samtidig som den majoriteten av meglerne som opptrer i henhold til gjeldende regler og god meglerskikk ikke belønnes

tilstrekkelig for sin etisk riktige praksis. Det motsatte av å slå ned på opportuniste blir å ikke tilstrekkelig verdsette integritet innen et felt.

### **5.2.2. Trengs det et bedre fungerende boligmarked?**

Mye kan tyde på at det vil være hensiktsmessig å styrke det institusjonelle rammeverket og klargjøre de spillereglene som ligger til grunn for omsetning av bolig i Norge. Her har både myndighetene og bransjen et ansvar for å redusere den usikkerheten som er tilstede. Myndighetene bør blant annet konkretisere lovverket og utforme forskrifter for hva faglig leder i meglerfirmaet *skal* gjøre for å sikre at meglerne holder et forsvarlig nivå. Dette har blant annet blitt etterlyst fra faglige ledere og bransjen uten at man ennå har fått på plass et tilstrekkelig konkretisert system. På den andre siden bør de offentlige institusjonene som har til ansvar å holde et tilsyn med at regelverket opprettholdes, bli mer konsekvente og effektive gjennom å ta i bruk sterkere virkemidler slik at spillerommet for opportunistisk praksis minimeres. Virkningen av offentlige pålegg blir svært begrenset når man i stor grad lar dem som begår et overtramp ”rydde opp” i manglene uten noen videre konsekvenser. En organisasjon eller megler som slipper relativt billig unna vil heller ikke ha de insentivene som skal til for å foreta en grundig revisjon av praksis eller den rådende organisasjonskulturen.

Bransjens ansvar ligger blant annet i å bruke klagenemnda som et korrektiv, og kommunisere ut til sine medlemmer hva som ansees for å være forsvarlig praksis. Et forhold som kan begrense NEF sin evne til å korrigere opportunistisk opptreden, er deres begrensede oppslutning. En bransjeorganisasjon med fullstendig oppslutning ville hatt større innflytelse innad bransjen. Dagens situasjon med frivillig medlemskap, skaper spillerom for gratispassasjerer som har anledning til å operere utenfor de reglene som omfatter majoriteten av meglerne og dermed kan utnytte gråsonene uten å bli korrigert av bransjen.

Det å investere i bolig er av stor betydning for privathusholdningen og derfor er det viktig at boligmarkedet fungerer etter klare rammebetingelser som sikres ved hjelp av både offentlige og bransjerelaterte institusjoner. Uten et fullstendig system av lover og forskrifter som følges opp av offentlige institusjoner og bransjeorganisasjoner, vil det være vanskelig å styrke tilliten til bransjen og forutsigbarheten i selve transaksjonen.



### 5.2.3. Hva avgjør meglerbransjens fremtid?

En av respondentene vedla et ark med en rekke meningsytringer i tillegg til å svare på selve spørreundersøkelse. Jeg tror vedkommendes kommentarer til hvorvidt det lønner seg å bruke megler, gjenspeiler problemstillinger som er av stor betydning for om flere i fremtiden kommer til å selge boligen på egen hånd.

”Jeg har solgt 2 aksjeleiligheter og en selveierleilighet uten megler. I alle tilfellene oppnådde vi de beste prisene sammenlignet med tilsvarende naboileilighet. En fagmann tok takst / tilstandsrapport og en advokat tok seg av alt ”papirarbeidet”. Vi brukte ca 15 000 kr til annonsering/ takstmann/ advokat ved salgene. Har selv kjøpt siste leilighet og hus igjennom Notar, som egentlig ”solgte seg selv” på grunn av beliggenhet. Selgeren av dette huset måtte betale 108 000 kr til Notar ved salget. Er det verdt det? En kjenner sin egen bolig best selv, og eventuelle feil og mangler vil falle tilbake på selger uansett om en bruker megler”. (Vedlagt kommentar til spørreskjema, Juni 2002)

Flere studier fra boligmarkedet viser at det først og fremst er egenskapene ved boligen i kombinasjon med beliggenhet som er avgjørende for hvilke markedspris den oppnår. For utdypende drøfting se Englund, 1998. En amerikansk studie (Zumpano, 1996) gir grunn til å stille spørsmål med selve lønnsomheten ved å benytte en boligmegler, og konkluderer med at megler ikke har noen selvstendig innvirkning på den salgsprisen som oppnås, sammenlignet med boliger som selges uten meglere. Dette underbygger de vurderingene som en respondent gav til uttrykk i det forannevnte sitatet. En australsk studie (Lusht, 1996) viser at selve auksjonssystemet har betydning for prisdannelsen, og at en gjennom private forhandlinger i snitt oppnådde lavere priser enn hva som var tilfellet for auksjonsrunder hvor man samler flere potensielle kjøpere til å by over hverandre. Denne studien tyder på at man vil oppnå de samme prisene gjennom det danske og det norske budsystemet.

Jeg mener det er kvaliteten på den tjenesten meglernes leverer som vil avgjøre hvorvidt de vil omsette like mange boliger i fremtiden som i dag. Hvilke nivå tjenesten holder vil altså være med på å bestemme om det fremstår som legitimt å betale en megler for å gjøre jobben i forhold til å selge selv. På den ene siden er det en viktig transaksjon og en vesentlig investering for husholdningen, noe som taler til fordel for å la en profesjonell tredjepart gjøre jobben skikkelig. Det er nok vanlig at selger blir forholdsvis stresset og spent når ens egen bolig skal selges og derfor ser seg best tjent med å la en megler håndtere salget. Jeg tror flere meglernes bør bli flinkere i å fremheve kvaliteten på selve tjenesten og sin faglige dyktighet isteden for å utelukkende markedsføre seg med at ”vi oppnår høyest pris”. Videre tror jeg at opplevelsen av sikkerhet er like viktig som de økonomiske avveiningene, og at selgere og

kjøpere ser seg tjent med meglers tjenester så fremt de bidrar til å redusere risikoen for kjøper og selger. Selv om studiene tyder på at selger ikke oppnår høyere pris ved å bruke en megler, representerer ikke et statistisk funn nødvendigvis noen individuell trygghet. Man er med andre ord ikke sikret å oppnå like god pris uten å bruke megler, selv om det statistisk sett vil være slik for et gitt gjennomsnitt. Årsaken til at så mange velger å bruke boligmegler er trolig at de ønsker å redusere kompleksiteten i tilværelsen slik Luhmann fremhever i sin systemteori. Da er hensynet til trygghet og forutsigbarhet like viktig som de "rasjonelle" kravene om lønnsomhet, og det er denne helhetsvurderingen som er årsaken til den utstrakte bruken av boligmevlere blant dagens boligselgere.

Skal en se fremover, er det interessant å vurdere hvorvidt usikkerheten i forbindelse med omsetning av bolig kan reduseres, og hvorvidt meglerne vil selge like mange boliger i fremtiden som i dag. De nye forskriftene vil, når de trer i kraft i løpet av 2004, kunne bidra til en bedre kvalitetssikring i de ulike foretakene ved å konkretisere faglig leders oppgaver. Den stadig økende kjededannelsen innenfor meglerbransjen har sikret sterke aktører med ressurser til å markedsføre seg. Den gradvise institusjonaliseringen av meglerbransjen på boligmarkedet er et eksempel på at en gjennom aktiv markedsføring kan tilby tjenester som de fleste ikke benyttet seg av tidligere, og slik har bidratt til å skape et økt behov etter disse. Det har imidlertid også vært et økende behov for slike tjenester fordi dagens arbeidsmarked fører til at en gjerne flere ganger i livet flytter til nye arbeidssteder. Den norske meglerbransjen er ennå forholdsvis ung, og det er grunn til å tro at det vil være en utvikling i kvalitetsnivået. Et klarere definert system, blant annet ved nye forskrifter og utvikling av en klarere etisk praksis innad bransjen, vil kunne bidra til at meglerne opprettholder sin sterke posisjon. Det faktum at meglers tjenester er så innarbeidet i boligmarkedet, vil nok også i fremtiden bidra til en etterspørsel etter deres tjenester. Denne institusjonaliserte posisjonen gir ingen garanti for bransjens fremtid. Den vil først og fremst avgjøres av hvorvidt meglerne makter å ivareta kjøpers og selgers interesser, blant annet ved å redusere deres risiko i forbindelse med boligtransaksjonen.

## 6. Litteraturliste

Andersen, Svein S. (1990): Komparative case-studier og generalisering. Strategier for modellering og utvelgning i Tids for samfunnsforskning, 31 årgang, Oslo.

Boltanski, Luc og Thevémont, Laurent. (1999): "The Sociology of Critical Capacity". European Journal of Social Theory.

Brinkmann, Johannes. (2000): Real-Estate Agent Ethics. Selected Findings from Two Norwegian Studies. BI.

Curran, Christopher. Schrag, Joel. (2000): Does it matter whom an agent serves? Evidence from recent changes in real estate agency law.

The Journal of Law and Economics. University of Chicago Press.

Dunlap, B. J. Dotson, Michael J. Chambers, Terry M. (1988): Perceptions of Real-estate Brokers and Buyers: A Sales-Oriented, Customer-Oriented Approach. Journal of Business and Research 17. Elsevier Science Publishing Co., Inc.

Englund, Peter. Quigley, John M og Redfean, Christian L. (1998): Improved Price Indexes for Real Estate: Measuring the Course of Swedish Housing Prices.

Journal of Urban Economics 44, 177-196 (1998)

Festinger, Leon. (1964): Conflict, Decision, and Dissonance.

Stanford University Press.

Fischer, Grete og Sortland, Nils. (1996): Innføring i organisasjonspsykologi.

Tano A/S, 1996- 2 opplag.

Granovetter, Mark (1973): The strength of weak ties.

American Journal of Sociology 78: 1360-1380.

Granovetter, Mark og Swedberg, Richard (1992): The Sociology of Economic Life.

Westview Press.

Gripsrud, Geir og Lindestad, Bodil. (1998) Image, tilfredshet og lojalitet i eiendomsmeglerbransjen. NiM (Norsk Institutt for Markedsforskning, BI.) Rapport 35-98.

Grønmo, Sigmund. (1996): Forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskning i Holter, Harriet og Kalleberg, Ragnvald: Kvalitative metoder i samfunnsforskning. Universitetsforlagets Metodebibliotek, Oslo 1996.

Gulbrandsen, Lars. (2001): "Markedet i endring" i Eiendomsmegleren nr 9 – 2001.

Gulbrandsen, Lars. (1973): Fra marked til administrasjon? Boligmarkedet og boligpolitikk i Oslo i det tjuende århundre. Institutt for anvendt sosialvitenskapelig forskning, INAS.

Gulbrandsen, Trygve. (2000): "Om tillit" i Sosiologi i dag, nr 3/2000.

Hardin, Russell (2002): Trust and Trustworthiness.  
Russell Sage Foundation, New York.

Hellevik, Ottar. (1994): Forskningsmetode i Sosiologi og Statsvitenskap.  
Universitetsforlaget, Oslo. 5 utgave.

Kneer, Georg og Nassehi, Armin. (1997): Niklas Luhmann – Introduktion til teorien om sociale systemer. Hans Reitzels Forlag A/S. Dansk utgave oversatt fra tysk.

Kvale, Steinar. (1999): Det Kvalitative Forskningsintervju.  
Ad Notam Gyldendal AS 1997, 1 utgave, 3. opplag 1999

Langeland, Ove. (1995): Alternative belønningsformer og incentivstrukturer i Endringer i arbeidslivets organisering. Olberg, Dag (red). Forskningsstiftelsen FAFO.

Lester, David. Tauber, L. Deborah. Bijou, Yang Yeh. (1986): Subjective Stress and Productivity In Real Estate Sales People.  
Psychological Reports, 1986, 58, 981-982.

Luhman, Niklas. (2000): The Reality of the Mass Media. Stanford University Press.

Luhman, Niklas. (1979): Trust and Power. John Wiley & Sons Ltd.

Lusht, Kenneth M. (1996): A Comparison of Prices Brought by English Auctions and Private Negotiations. REAL ESTATE ECONOMICS vol.24 pp. 517-530.

Mathiesen, Thomas. (1993): Makt og Medier: En innføring i mediesosiologi.  
Pax forlag A/S.

Skog, Ole-Jørgen (1998): Å forklare sosiale fenomener. En regresjonsbasert tilnærming.  
Ad Notam Gyldendal.

Sztompka, Piotr. (1999): Trust: A Sociological Theory.  
Cambridge University Press.

Stor-Bergen Boligbyggelag. (2000): "Notar tatt med buksene nede".  
KONTAKT nr 4- desember 2001.

Uslaner, Eric (2002): The Moral Foundations of Trust.  
Edinburgh: Cambridge University Press.

Warren, Mark E. (1999): Democracy and Trust.  
Cambridge University Press.

Williamson, Oliver E. i Smelser, Neil J. og Swedberg, Richard. (1994): The Handbook of Economic Sociology. Princeton University Press. Russel Sage Foundation.

Williamson, Oliver E. (1993): "Calculativeness, trust and economic organization" i "The Journal of law & economics" Vol. 36: (453-486), Chicago: University of Chicago Press.

Williamson, Oliver E. (1991): Comparative Economical Organization: The Analyses of Discreet Structural Alternatives.

Administration Science Quarterly nr. 36 (Jun): 269-296.

Williamson, Oliver E. (1985): *The ECONOMIC INSTITUTIONS of CAPITALISM: Firms, Markets, Relational Contracting*. The Free Press. New York.

Williamson, Oliver E. (1979): Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. *Journal of Law and Economics* 22 (2): 233-261.).

Zell, referert i Logan, R. John. (1986): Gambling on Real Estate: Limited Rationality in the Global Economy. *Sociological Perspective* 1991, nr 4.

Zumpano, Leonard. Elder, Harold. W. Barbyla, Edward A. (1996): Buying a House and the Decision to Use a Real Estate Broker. *Journal of Finance and Economics*, 13: 169-181.

## 7. Appendiks

### 7.1. Spørreskjema

#### *Spørreundersøkelse vedrørende kjøp og salg av bolig*

Denne undersøkelsen danner datagrunnlaget for en hovedoppgave i sosiologi ved Universitetet i Bergen. Målet er å kartlegge kjøpere og selgeres erfaringer og holdninger til meglerstanden og meglers praksis.

Kjøp og salg av bolig er en viktig hendelse for hver enkelt, og av betydning for samfunnet som helhet. Noen vil hevde at bransjen ikke er seriøs nok, mens andre vil hevde det motsatte. Det foreligger ennå ikke data om dette, og derfor meldte behovet for en slik undersøkelse seg. Alle innhentede data vil behandles konfidensielt og anonymisert, i henhold til Datatilsynets lovverk. Ditt navn er funnet ved å søke gjennom skjøter ved Tinglysingskontoret. Skjøtene har offentlig innsynsrett. Ditt bidrag er en vesentlig ressurs for å få kunnskap om reelle erfaringer i boligmarkedet.

Jeg ser det som viktig å understreke at undersøkelsen er et uavhengig og frivillig forskningsprosjekt, som ikke har til hensikt å fremme noen særinteresser.

Ingen svar er "feil" og du må føle deg fri til å uttrykke dine erfaringer og meninger!

Skjemaet skulle ikke ta mer enn 15 minutt å fylle ut.

På forhånd takk for hjelpen.

Med Vennlig Hilsen

Nils Olav Mevatne  
Sosiologisk Institutt, UiB.

Er det noe som er uklart, ring: 99 79 23 26, eller e-mail: nils.mevatne@student.uib.no  
Besvar spørsmålene ved å krysse av i den "ruten" () som er ditt rette alternativ.

Bakgrunnsspørsmål:

1. Alder i år: \_ \_ \_

2. Antall personer i husholdet:  1     2     3     4     5     6 eller flere

3. Husholdets samlede bruttoinntekt:  Mindre enn 100 000 kr    1  
 100 000 – 199 900 kr    2  
 200 000 – 299 900 kr    3  
 300 000 – 399 900 kr    4  
 400 000 – 499 900 kr    5  
 500 000 – 599 900 kr    6  
 600 000 – 699 900 kr    7  
 700 000 kr eller mer    8

4. Hva er din høyeste fullførte utdanning?

Grunnskole     Videregående Skole     Høgskole/Universitet

5. a) Min siste bolighandel var et:  Kjøp,  Salg    5b) Kjøp- /Salgsbeløp: \_\_\_\_\_<sup>6</sup> kr

7

6. Kjønn:  Mann  Kvinne

8

7. Er du yrkesaktiv?  Ja ⇒ Gå til sp 8  Nei ⇒ Gå til sp 9

9

8. Jobber du i offentlig eller privat sektor?  Offentlig sektor  Privat sektor

10 Annet \_\_\_\_\_

9. Hvilke type bolig bor du i?

1 2 3 4 5 6

Enebolig  Tomannsbolig  Rekkehus  Blokk/Bygårds-leilighet  Fritid  Annet

10. Hvor seriøs oppfatter du meglerbransjen?

11

1 2 3 4 5 8

Svært seriøs:      Svært useriøs  Vet ikke

11. Er du fornøyd med den tjenesten megleren leverte i **ditt** tilfelle?

12 1 2 3 4 5

Svært fornøyd:      Svært misfornøyd

12 a) Husker du om megleren i ditt tilfelle var statsautorisert?

13 1 2 (variabel 14) 3 4 8

Ja ⇒ hvis "ja",  statsautorisert,  ikke statsautorisert  Nei  Vet ikke

12 b) 15 Navn på Meglerhus: \_\_\_\_\_  Husker ikke

13. Mener du boligen ble omsatt for en rimelig pris ?

16 1 2 3 4 5 8

Urimelig lav      Urimelig høy  Vet ikke

14. Hva tror du det vanligvis vil koste å selge en bolig til 800 000 kr gjennom en megler?

17 1 2 3 4 5 6

20 000  30 000  40 000  50 000  60 000  70 000

15. I hvilken grad mener du myndighetene bør regulere boligprisene i stede for å la markedet bestemme prisutviklingen?

18 1 2 3 4 5 8

I stor grad      I liten grad  Vet ikke

16. I hvilken grad er det noen bestemte meglerhus du har enten **god** eller **dårlig** tillit til? (Kryss eventuelt kun av de meglerhusene du har noen formening om!)

	God tillit		Dårlig tillit			
	1	2	3	4	5	
DnB	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19
EiendomsMegler 1 Vest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20
Gjensidige Nor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	21
Handelsbanken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	22
Notar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23
Postbanken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24
Stor-Bergen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	25
Web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26
Andre: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27

17. Ta stilling til følgende påstand: Kan dagens budsystem, hvor det forekommer korte budfrister, bidra til å presse prisene opp på et kunstig høyt nivå?

28 1 2 3 4 5

Enig  Delvis enig  Usikker  Delvis uenig  Helt uenig



**18.** Synes du at visningen og salgsprosessen gir interesserte kjøpere tilstrekkelig informasjon til å vurdere boligen?

29

1

2

3

8

Ja

Delvis

Nei

Vet ikke

**19.** Tror du pristoppen på boliger er nådd?

30

1

2

8

Ja

Nei

Vet ikke

**20.** Mener du meglernes yrkesetikk i løpet av de senere år er blitt styrket eller svekket ?

31

1

2

3

4

5

8

Styrket

Svekket

Vet ikke

Om det er noe annet du ønsker å poengtere, så kan det tas med på et ark som vedlegges.

Du har nå besvart alle spørsmålene. Vennligst legg skjemaet i den vedlagte svarkonvolutten og returner det så fort du har anledning. Mange takk for hjelpen!

<b>Borettslag/ref nr.</b>	<b>Antall rom</b>	<b>Oppnådd pris Notar</b>	<b>Gj.snittlig totalpris i B/L</b>	<b>Høyeste oppnådd pris Stor-Bergen</b>	<b>Høyest av SB eller Notar</b>
0022/0491	3	600.000	642.500	720.000	Stor-Bergen
0023/0035	4	750.000	795.000	835.000	Stor-Bergen
0003/0023	1	562.500	612.250	662.000	Stor-Bergen
0018/0082	2	525.000	525.000	Ingen solgte	Notar
0003/0005	1	662.000	612.500	Ingen solgte	Notar
0032/0143	2	405.000	440.000	510.000	Stor-Bergen
0022/0096	4	600.000	695.000	800.000	Stor-Bergen
0035/0090	4	705.000	716.000	780.000	Stor-Bergen
0032/0315	2	500.000	610.000	710.000	Stor-Bergen
0034/0098	4	760.000	670.000	730.000	Notar
0035/0077	4	665.000	685.000	Ingen solgte	Notar
0030/0185	2	650.000	635.000	Ingen solgte	Notar
0050/0034	4	600.000	695.000	850.000	Stor-Bergen
0040/0091	2	570.000	570.000	Ingen solgte	Notar
0040/0159	4	610.000	650.000	710.000	Stor-Bergen
0020/0318	3	730.000	714.000	780.000	Stor-Bergen
0035/0019	3	700.000	680.000	700.000	Begge
0023/0043	3	750.000	742.000	800.000	Stor-Bergen
0032/0290	5	675.000	671.000	735.000	Stor-Bergen
0022/0167	3	620.000	642.500	720.000	Stor-Bergen
0032/0244	4	630.000	695.000	860.000	Stor-Bergen
0032/0228	2	590.000	590.000	Ingen solgte	Notar
0040/0177	4	635.000	650.000	710.000	Stor-Bergen
0032/0171	4	690.000	695.000	860.000	Stor-Bergen
0046/0025	4	850.000	785.000	730.000	Notar
0020/0020	4	690.000	784.000	830.000	Stor-Bergen

<b>Borettslag Ref nr.</b>	<b>Antall rom</b>	<b>Oppnådd pris Notar</b>	<b>Gj.snittlig totalpris i B/L</b>	<b>Høyeste oppnådd pris Stor-bergen</b>	<b>Høyest av SB eller Notar</b>
0046/0055	4	730.000	785.000	730.000	Begge
0046/0061	3	650.000	704.000	800.000	Stor-Bergen
0019/0158	3	700.000	656.000	770.000	Stor-Bergen
0046/0067	3	730.000	704.000	800.000	Stor-Bergen
0040/0117	5	750.000	750.000	Ingen solgte	Notar
0019/0200	3	650.000	656.000	770.000	Stor-Bergen
0030/0268	2	620.000	635.000	650.000	Stor-Bergen
0022/0253	3	710.000	642.500	720.000	Stor-Bergen
0010/0023	2	795.000	730.000	605.000	Notar
0032/0193	2	550.000	620.000	700.000	Stor-Bergen
0020/0149	2	670.000	635.000	720.000	Stor-Bergen
0073/0014	2	800.000	800.000	Ingen solgte	Notar
0032/0182	3	690.000	690.000	900.000	Stor-Bergen
0041/0079	4	850.000	767.000	810.000	Notar
0019/0411	3	700.000	656.000	770.000	Stor-Bergen
0022/0049	4	640.000	695.000	800.000	Stor-Bergen
0020/0287	3	775.000	714.000	780.000	Stor-Bergen
0029/0034	4	1.250.000	1.250.000	Ingen solgte	Notar
0031/0004	2	662.000	681.000	700.000	Stor-Bergen
0020/0050	4	924.000	784.000	830.000	Notar
0034/0227	4	690.000	663.000	730.000	Stor-Bergen
0065/0063	4	700.000	700.000	Ingen solgte	Notar
0050/0042	4	670.000	695.000	850.000	Stor-Bergen

## 7.3. Intervjuguide

### **INTERVJUGUIDE- Finn Tveter, NEF.**

Overordnet tema er tillit i relasjon til meglerpraksis.

Innledning: Tar opp 5 beslektede temaer og vil i løpet av intervjuet notere noen stikkord fra det du nevner, for så å eventuelt komme tilbake til de etter hvert. Intervju gir gjerne et mer helhetlig inntrykk enn det korte uttalelser i media gir og er derfor en sentral informasjonskilde. Her er det rom for å gå litt i dybden. Ønsker å få frem dine erfaringer.

Innledningsspørsmål: Bakgrunn/erfaring. Utdanning.

Tema A:

NEF v/ Ann C. Grimen. (Til Aftenposten Morgen) ”NEF vil stramme opp egen bransje: Vi ønsker å luke ut ugresset i bransjen...noe må gjøres for å opprettholde og helst styrke tilliten til bransjen”. Hva innebærer dette og hvordan vil en eventuelt oppnå det? Eventuelle tiltak?

Tema B:

Sist gang husket jeg du nevnte «noen planlegger nærmest en uoversiktlig smørbrøddliste» vedrørende mulige intensjoner ved å utydeliggjøre den endelige prisen. Noen eksempler på slike hendelser... hvordan.

Tema C:

Trenger vi et sterkere lovverk eller tettere oppfølging som gir muligheter for negative sanksjoner ved ”dårlig meglerskikk”?

Sitat .adv: ”Det koster dem ikke noe”. Tiltak innad bransjen, offentlig?

Tema D:

DE:”Tradisjonelt har megler vært selgers mand, sådan er det ikke lengre”.

> Ny lovgivning > Megler kan også være kjøbers mand: Kjøbemeidler

> Rolle og ulempe ved den > Megler bør...

Tema E:

Utsagn som «meglere forsøker gjerne å prate prisen opp og ønsker ikke å høre snakk om annet enn prisoppgang» forekommer i media. Har du egne erfaringer eller kjennskap til slike situasjoner?